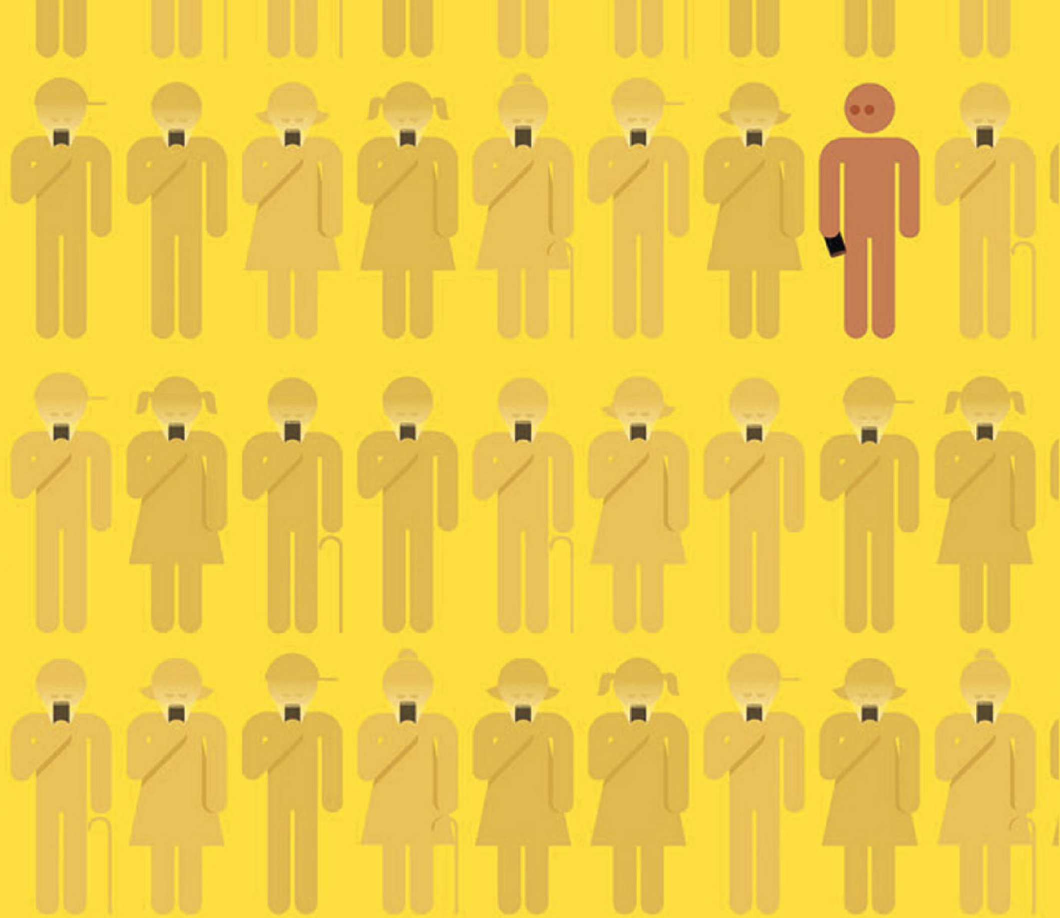


حين شاركنا حياتنا عبر الإنترنت

مخاطر كشف غطاء الخصوصية عبر وسائل التواصل الإجتماعي

ديفيد أر. بريك

نقله إلى العربية
د. أحمد محمد مصطفى

راجعه
د. داود سليمان القرنة

العبيكان
Obeikan

تمت ترجمة هذا الكتاب ضمن

مبادرة
ترجم

Tarjim Initiative

The message of science and knowledge is not complete without its publication, and from this standpoint, the Obeikan Investment Group, the leading company in packaging, education and health, and the company is considered one of the 100 largest companies in the Kingdom of Saudi Arabia, Obeikan Publishing Company, which has become among the ranks of the major publishing houses in the Kingdom of Saudi Arabia, and the country Arabi.

Obeikan Publishing Company was launched in 1993, bearing the banner of advancing knowledge and supporting education, out of its social responsibility. Today, Obeikan Publishing has issued more than 2,500 titles of cultural and methodological books in all its specializations.

Our commitment to providing knowledge and developing ways to obtain it has made us seek solid partnerships with major companies and educational and cultural institutions in the Kingdom and the Arab world. Among the most important references that we are proud to partner with are:

- Ministry of Culture
- The Ministry of Higher Education
- King Abdulaziz Foundation for the Gifted and Talented (Mawhiba)
- King Fahd University of Petroleum and Minerals
- King Abdulaziz City for Science and Technology
- Financial Market Authority
- Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum Foundation
- The World Islamic Literature Association
- McDonald's Saudi Arabia
- Zad Publishing Group

لا تكتمل رسالة العلم والمعرفة إلا بنشرها، ومن هذا المنطلق قامت مجموعة العبيكان للاستثمار الشركة الرائدة في التعبئة والتغليف والتعليم والصحة، وتعتبر الشركة من أكبر 100 شركة في المملكة العربية السعودية، شركة العبيكان للنشر والتي أضحت في مصافِ دور النشر الكبيرة في المملكة العربية السعودية، والوطن العربي.

انطلقت شركة العبيكان للنشر عام 1993م حاملةً لواء النهوض بالمعرفة ودعم التعليم وذلك من منطلق مسؤوليتها الاجتماعية، أما اليوم فقد بلغ حجم إصدارات شركة العبيكان للنشر أكثر من 2000 عنوان لكتب ثقافية ومنهجية بكافة تخصصاتها.

إن التزامنا تجاه تقديم المعرفة وتطوير سبل الحصول عليها جعلنا نسعى لشراكاتٍ متينة مع شركاتٍ كبرى ومؤسساتٍ تعليمية وثقافية في المملكة والعالم العربي، و من أهم المرجعيات التي نفخر بالشراكة معها:

- وزارة الثقافة
- وزارة التعليم العالي
- مؤسسة الملك عبد العزيز لرعاية الموهوبين والمتفوقين (موهبة)
- جامعة الملك فهد للبترول والمعادن
- مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية
- هيئة السوق المالية
- مؤسسة الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم
- رابطة الأدب الإسلامي العالمية
- ماكدونالدز السعودية
- مجموعة زاد للنشر

More about the Obeikan Group

حين شاركنا حياتنا عبر الإنترنت

مخاطر كشف غطاء الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

ديفيد أر. بريك

نقله إلى العربية

د. أحمد حمدي مصطفى

راجعه

د. داود سليمان القرنة

العبيكان
Obeikan

Original Title
Sharing Our Lives Online
Risks and Exposure in social media
Author: David R. Brake

ISBN-10: 0230320369
ISBN-13: 9780230320369

Palgrave® and Macmillan
ISBN Paperback: 978-1645041061

ⓗ شركة العبيكان للتعليم، 1443هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

بريك؛ ديفيد أر.
حين شاركنا حياتنا عبر الإنترنت./ ديفيد أر. بريك؛ أحمد مصطفى، -الرياض، 1443هـ
392ص؛ 14 × 21سم
ردمك: 4-319-509-603-978
1- الإنترنت - الجوانب الاجتماعية ٢- الإنترنت
أ. مصطفى، أحمد (مترجم) ب. العنوان
ديوي 004,67 1441/5253

الطبعة الأولى
1443هـ/2022م

نشر وتوزيع العبيكان Obeikan
المملكة العربية السعودية - الرياض
طريق الملك فهد - مقابل برج المملكة
هاتف: 4808654 11 966+، فاكس: 4808095 11 966+
ص.ب: 67622 الرياض 11517

تواصل معنا
CONTACT US

المحتويات

مقدمة المترجم

تُمثل وسائل التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية تقانية نشأت عن توظيف الإمكانات الهائلة التي وفرتها ثورة الاتصالات وفي القلب منها الإنترنت، وإذا نظرنا -على سبيل المثال- إلى أحد أشهر هذه الوسائل، وهو موقع فيسبوك، فسنجد أنه قد نشأ في عام 2004 ليمثل أداة للتواصل على نطاق محدود خاصة بطلبة بعض الجامعات الأمريكية، ثم بدأ في التوسع حتى زاد عدد مستخدميه عن المليار مستخدم عبر بقاع الأرض كافة.

وبصفة عامة لم يمر العقد الأول من القرن الحادي والعشرين إلا وقد صارت وسائل التواصل الاجتماعي ضيفًا دائمًا على بيوتنا، وتستحوذ -في أغلب الأحيان- على أضعاف ما يوليه كل فرد من اهتمام وانتباه نحو باقي أفراد أسرته.

يناقش هذا الكتاب مجموعة من القضايا المتعلقة بالخصوصية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي. إذ يُقرر الواقع أن من حق المجتمع أن يقوم بدوره في حماية خصوصية مستخدمي هذه الوسائل وتوعيتهم بعواقب التخلي عنها، وكما أن لنا الحق في وضع القواعد المُنظمة لعمل وسائل الإعلام نظرًا لأن الإعلام المُنضبط يُمثل مصلحة عامة، فكذلك ينبغي أن نتمتع بالحق في تنظيم عمل وسائل التواصل الاجتماعي من أجل تمكين المستخدمين من اتخاذ قراراتهم على نحو أفضل، بعيدًا عن مصالح الشركات المُقدِمَة لهذه الخدمات وما يرتبط بها من اعتبارات تجارية.

وفي هذا الإطار يعرض الكتاب أمثلة لمشكلات تعرض لها أصحابها نتيجة لمحتوى قاموا بنشره عبر شبكات التواصل الاجتماعي. أحيانًا ما نجم عن هذا النشر تعرض صاحبه للفصل من العمل، أو للحرمان من الحصول على فرصة الدراسة بإحدى الجامعات، أو حتى التعرض للتشهير والاستهجان الجماعي.

ما مخاطر الكشف عن الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأي المستخدمين عرضة لها؟ وإلى أي مدى يُمكن للاطلاع على المحتوى الذي لم ينتوِ الآخرون إطلاعك عليه أن يُمثل أمرًا مهمًا، إذا ما اعترفنا بوجود الدافع للانغماس في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي؟ وإلى أي مدى يحاول الأفراد الانخراط في سجالات الإنترنت عبر إعادة النشر المتعَمَدَة للمحتويات المُشينة، ولِمَ يفعلون

ذلك؟ وإلى أي مدى ووِفقَ أي ظروف ينزع مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي للتسامح مع المعلومات المُشينة عن الآخرين أو التغاضي عنها؟ وهل تختلف هذه الاتجاهات من فئة عمرية إلى أخرى، أو عبر مراحل الحياة المختلفة؟ وأخيرًا ما المنفعة الحقيقية التي نحققها من المشاركة في هذه الوسائل، وهل يمكن لنا الانسحاب -ببساطة- متى أردنا من المشاركة في هذه الوسائل؟

ما هذا سوى غيض من فيض من الأسئلة الكُبرى التي ستساعد في إنارة سبيلنا لفهم طبيعة التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

أحمد حمدي مصطفى

شكر وتقدير

تتميز جميع الأعمال البحثية بأنها تقف على أكتاف سابقتها، ولاريب في أن هذا العمل لا يُمثل استثناءً من ذلك. إنني مُمتن لكرم الكثير من الباحثين الذين أتاحوا أبحاثهم للاطلاع، وقدموا لي ملحوظات ناقدة عبر مسار هذا البحث، فقد قدمت إليَّ جمعية الباحثين في الإنترنت The Association of Internet Researchers –على وجه الخصوص– عبر سنوات مسارًا مُحفزًا وملائمًا عبر مؤتمراتها وقوائم البريد الإلكتروني التي يسرت التعاون البحثي. وتشمل قائمة الأشخاص الذين كانت نصائحهم وتوجيهاتهم – على وجه الخصوص – مُعِينة في أوقات عديدة ماريا باكاردجيفا، ولويس شايدت، ولاين شوفيلد كلارك، وإليزابيث ستاكسرد. كانت نقطة البدء في العمل على إنجاز هذا الكتاب أطروحة بحثية تقدمت بها في كلية لندن للاقتصاد London School of Economics،

ومنذ ذلك الحين لعب المشرفان روبين مانسِل، ونيك كولدراي دورًا رئيسًا في تقديم الدعم والإرشاد لكاتب هذه السطور. انتفعت كذلك -على نحو فائق- من العمل مع سونيا ليفينجستون على إنجاز كتابات ذات صلة، ومن النصائح التي قدمتها كعضوة في لجنة تقييم أطروحتي.

لم يكن لهذا العمل أن يرى النور لولا معاونة وتشجيع زملائي في مرحلة الدكتوراه في برنامج وسائل الإعلام والتواصل في كلية لندن للاقتصاد؛ إيلين هيلسبر، وباتريك ماكردي، وإليزابيث فان كوفرينج، وزو سوجون، ورانجانا داي، وغيرهم كثير. أخيرًا وليس آخرًا بالطبع، أود أن أشكر عائلتي وخاصة زوجتي ديلفين لأسباب لا مجال لحصرها.

الفصل الأول:

مقدمة

تُلخص الفقرة التالية التي تصف أحد المدونين المراهقين من صحيفة نيويورك تايمز -ببراعة- ما يكتنف الاتجاه المتنامي لمشاركة المعلومات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي من تناقضات وتعقيدات:

«أراد أن يقرأ الآخرون منشوراته، وكان يخشى أن يطلع عليها غيره، وكان يأمل وفي أن تكون مقروءة، ولكنه لم يكن يعبأ بما إذا كان سيهتم بها أحد أم لا كان يريد أن يكون مندمجًا مع من حوله، في الوقت نفسه الذي كان يُفاخر بعزلته. وفي حين كان يكتب أحيانًا رسائل عامة على نحو واضح، كان يُعلن عن قيامه بأمور مُشينة على سبيل المثال، كما كان لديه أفكار صارمة عن قواعد السلوك. كان لدى الفتاة التي يحبها صفحة على الإنترنت، ولكنه لم يحاول قراءتها أبدًا؛ لأن ذلك - وفق تفسيره - كان أمرًا متطفلًا للغاية».

(Nussbaum, 2004)

يُمكن لصفحات ومنشورات فيسبوك، وتويتر وغيرها من الخدمات المشابهة أن تحتوي على يوميات أو اعترافات تبدو كما لو كانت خاصة بصاحبها وحده، أو ربما تشمل أفراد الأسرة والأصدقاء المقربين، وعلى حين تتضمن وسائل التواصل الاجتماعي - في أحيان كثيرة - أدوات للحفاظ على خصوصية مثل هذه المواد، يكون الكثير منها متاحًا أمام أعين عدد كبير من الأشخاص أو حتى متشورًا على نحو عمومي على الشبكة العنكبوتية ويبلغ عدد جمهوره المحتمل الملايين. أُقدم في هذا الفصل الأول - القائم بذاته - عرضًا موجزًا للأدلة والحُجج التي سوف استطرد في عرضها في باقي صفحات الكتاب. وأوجز في الفصل الثاني مخاطر الإفصاح عن المعلومات الشخصية على الإنترنت عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأناقش مَن يكون عُرضة لهذه المخاطر. وفي الفصل الثالث أستعرض بالتفصيل النظريات الأكاديمية التي وجهت بحثي. وأعتمد في مادة الفصول من الرابع وحتى السادس على خبرتي الشخصية بالتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وعلى أبحاثي، وعلى الدراسات والإحصائيات التي قدمها باحثون من مختلف بقاع العالم؛ لتحليل بعض الأسباب التي تقف وراء كشفنا للنقاب عما نفعله على وسائل التواصل الاجتماعي. وينظُر الفصل الختامي في كيف يمكن أن يتغير إطار وسائل التواصل الاجتماعي، ويقترح بعض الأساليب التي يُمكن -وينبغي- للتربويين والمُشرعين والقائمين على وسائل التواصل الاجتماعي أنفسهم أن يؤثروا بها على هذا المستقبل الذي يلوح في الأفق.

لقد استُخدِمَت وسائل الإعلام الرقمية منذ بدايتها -دون شك- كوسيلة للتواصل الاجتماعي، كما ظهرت مخاطر الإفصاح عن الذات جنبًا إلى جنب مع تطور وسائل الإعلام الرقمية نفسها. وعلى سبيل المثال، تميزت المجموعات الإخبارية على يوزنت Usenet، وهي أول المنتديات الحوارية على الإنترنت، بوجود مجموعة تتحدث عن قضايا المثليين جنسيًا (net.motss)، بداية من عام 1982، على الرغم من سهولة تحديد هوايات المشاركين عبر عناوين البريد الإلكتروني - فلم يكن استخدام الأسماء المستعارة لعناوين البريد الإلكتروني أمرًا شائعًا في ذلك الوقت (Pfaffenberger, 1996). وما يجعل من هذه الظاهرة جديرة بالملاحظة الآن- على وجه الخصوص، هو التوسع الهائل في نطاق مثل هذه الأنشطة. ربما قام المستخدمون الأوائل بنشر رسائلهم معتقدين أن قراءهم المحتملين الوحيدين هم بضعة آلاف من الدارسين والباحثين أمثالهم[1]. إننا لا نشهد الآن توسعًا هائلًا في استخدام الإنترنت في كل من بلدان العالم المتقدم والنامي على حد سواء فحسب، ولكن التقنيات التي تُمكِن من مشاركة طائفة متنوعة من المعلومات الشخصية صارت متوافرة أكثر بكثير عما قبل، وازدهرت طائفة متنوعة من الأدوات سهلة الاستخدام واجتذبت أعدادًا كبيرة من المستخدمين.

لقد صُمِّمت هذه الأدوات لمشاركة نمط محدد من البيانات، مثال ذلك؛ يتيح موقع ديليشيوس Delicious مشاركة المواقع المفضلة على الإنترنت، ويتيح موقع فورسكوير Foursqurare مشاركة مكان

المستخدم. ثمة الكثير من المواقع الأخرى التي بدأت بالتركيز على وظيفة واحدة ولكنها تطورت لتُقدم وظائف إضافية عبر الزمن. مثال ذلك، بدأت مواقع التدوين مثل بلوجر Blogger، ووردبرس Wordpress، وتمبلر Tumblr (و«خدمات التدوين على المستوى الأصغر» مثل تويتر) كوسيلة لمشاركة النص، ثم استحدثت لاحقًا القدرة على عرض أشكال متنوعة من الوسائط المتعددة. لقد تم تصميم مواقع فليكر Flickr، وفوتوباكيت Photobucket، وبيكازا Picasa - في المقام الأول - بهدف مشاركة الصور، ولكنها تتيح أيضًا النقاش ومشاركة مقاطع الفيديو؛ فشبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وجوجل بلس تمثل مظلات خدمية تُتيح (وتُشجع) مشاركة الكثير من الأشكال المختلفة لوسائط نقل المحتوى.

يمثل موقع فيسبوك -وقت كتابة هذه السطور- أكبر وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي. يُقرُّ الموقع أن 727 مليون فرد يستخدمون الموقع بشكل يومي، وأن 80% من هؤلاء من خارج أمريكا الشمالية (Facebook, 2013a)، ولكن بالنظر إلى شتى بقاع الأرض، كشف مصدر آخر عن أن خمس شبكات أخرى للتواصل الاجتماعي، تأتي في المقدمة في دول بعينها، وهي Qzone، وVKontakte، وOdnoklassniki، وCloob، وDrauglem (Cosenza, 2012)، وغيرها كثير من المواقع الأكثر تخصصًا والأقل انتشارًا. وعلى الرغم من أن النسبة الإجمالية لمستخدمي الإنترنت خارج الدول المتقدمة تكون منخفضة، فإن نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من بين المتصلين بالإنترنت

يمكن أن تكون عالية للغاية. على سبيل المثال، يوجد في الصين 401 مليون مدون - يُمثلون ثلثي مستخدمي الإنترنت، الذين يتوزعون بين 288 مليون مستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، و330 مليون مستخدم «للمدونات الصغرى» (CNNIC, 2013, p.27).

إن شبكات التواصل الاجتماعي لا تنمو فحسب من ناحية الحجم والتنوع في مختلف أرجاء العالم؛ فقد صارت رؤية هذه المواقع والمساهمة فيها عنصرًا مهمًا من عناصر استخدام الإنترنت بالنسبة للكثيرين، فمن بين الأربعين ساعة التي يقضيها مستخدم الإنترنت في المملكة المتحدة -على سبيل المثال- في الشهر من خلال الدخول إلى الشبكة العنكبوتية عبر الحواسيب النقالة laptop أو أجهزة الهاتف الجوال (Ofcom, 2013, p.276)، يقضي مستخدم فيسبوك 8 ساعات في المتوسط مستخدمًا هذا الموقع، وهذه فترة أطول مما يقضيها في تصفح أي موقع آخر أو أي مجموعة أخرى من المواقع المترابطة؛ فيما يصل الوقت الذي يقضيه المستخدم في استعمال مواقع جوجل جميعًا 6,7 ساعة (Ofcom, 2013, p. 289). كذلك لم تَعُد وسائل التواصل الاجتماعي مقصورة على الشباب أو حتى يمكن وصفها بالظاهرة الشبابية، ففي عام 2013، بلغت نسبة من استخدموا فيسبوك من بين جميع البالغين المتصلين بالإنترنت 71%، وتشمل هذه النسبة 60% ممن تراوحت أعمارهم ما بين 50 و 64 سنة، و45% ممن بلغت أعمارهم 65 سنة أو تخطوها (Duggan & Sith, 2013, p.5). وعلى الرغم من أن التمييز بين الفئات العمرية في المملكة المتحدة يصير أكثر وضوحًا،

إلا أنه على الرغم من أن 94% ممن تتراوح أعمارهم ما بين 14 – 17 سنة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، تظل النسبة في المرحلة العمرية ما بين 45 – 54 سنة – على الرغم من أنها أدنى – أعلى بمقدار بسيط من 50% (Dutton & Blank, 2013, p. 39).

لقد ألقت سلسلة من الحالات الشهيرة الضوء على مخاطر الإفصاح عن الذات عبر مثل هذه المواقع. تتعلق معظم المخاوف التي أثيرت حتى اليوم – في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة على الأقل – بشأن الكشف عن المعلومات الشخصية عبر الإنترنت، بالمخاطر التي يتعرض لها الأطفال والمراهقون جراء تعريض أنفسهم للوقوع فريسة لمتحرشين جنسيًا أكبر عمرًا. وأفادت وسائل الإعلام الأمريكية أن خطر الـ 50 ألف من «صيّادي الجنس» يُطل برأسه في أي وقت (Hansum, 2005). فقد استشهد على نطاق واسع بدراسة كشفت عن أن واحد من كل خمسة من صغار مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة ممن تتراوح أعمارهم ما بين 10 إلى 17 سنة، قد تعرضوا للإغواء الجنسي عبر الإنترنت (Finkelhor, Mitchell & Wolak, 2000)، كما أكد مستشار بمؤسسة خيرية قومية للأطفال في المملكة المتحدة أن 300 طفل على الأقل قد تعرضوا للاعتداء الجنسي بين عامي 2002، و2007 بعد «استمالتهم» عبر الإنترنت (Brown, 2007). ومع ذلك، ووفقًا لما سأذهب إليه في الفصل الثاني، تقول الدراسات الأكاديمية التي أجريت حتى الآن أنه على الرغم من أن الاستغلال الجنسي للأطفال والمراهقين عبر الإنترنت أمرٌ صادم، ويجب الحد منه، إلا أن ثمة مبالغة في تصور عموم الناس

له، في الوقت الذي لا يُوجَّه الانتباه الكافي إلى الإضرار بكلٍّ من السمعة والعلاقات بين الأفراد، والقدرة على الالتحاق بالوظائف، نتيجة للكشف عن المعلومات في البيئة الخطأ.

تخيل المأزق الذي وقعت فيه ستيفاني سو Stephany Xu، التي كتبت في منتصف عام 2008 منشورًا أرعنًا -سيصير بعد ذلك تهكميًّا- وجهته للمجموعة الخاصة بخريجي جامعة بريتستون في عام 2012 على فيسبوك. استهزيء بهذا المنشور على مدونة تخص رابطة جامعات اللبلاب Ivy League Colleages (Yu, 2008)، ثم التُقط ذلك -بدوره- من موقع جوكر Gawker (Tate, 2008)، وهو موقع متخصص في القيل والقال يزعم أن قراءه يبلغون 3,5 مليون فرد في الشهر (Gawker, 2012)؛ ونتيجة لذلك (ويعود ذلك جزئيًّا أيضًا إلى اسمها المميز)، فإن بحثًا عن اسمها على جوجل بعد أكثر من مرور 5 سنوات ما يزال ينتج عنه مقالات تظهر ضمن أول رابطين (تستشهد بشكل مكثف بالمنشور الأصلي شبه العمومي)، إضافة إلى صور لها.

كما كتبت آبي مارجوليس Abby Margolis مدونة تحت اسم مستعار؛ «فتاة ذات توجُّه ذهني واحد» Girl with a One Track Mind، عن حياتها الجنسية، ثم حولتها إلى كتاب، ولكن كُشف عن هويتها من قِبَل الصحافة (Mikhailova, 2006)، وتعيَّن عليها أن تتخلَّى عن حياتها المهنية كمخرج مساعد، كما كُشف أيضًا عن هوية بروك ماجنانتي Brooke Magnanti التي كتبت مدونة تحت اسم مستعار هو «عاهرة النهار» ‘Belle de Jour’،

عن عملها في مجال الأفلام الإباحية بنظام الدوام الجزئي، في الوقت الذي كانت تقوم فيه بإنهاء دراساتها للحصول على درجة الدكتوراه - نشرت محتوى المدونة في كتاب، ثم تحول إلى مسلسل متلفز بناء على الكتاب (Ungoed–Thomas, 2009). قالت الدكتورة ماجنانتي: إن ما دفعها للكشف عن «حياتها المزدوجة... جعلها تشعر بأنها أفضل كثيرًا، وأنه لا يتعين عليها الكذب، أو إخفاء الحقائق عن الأشخاص الذين يهمها أمرهم» (Magnanti, 2009). أما مارجوليس التي توقفت كثيرًا عند تبعات مدونتها، فلم تكن واثقة على هذا النحو السابق، وقالت:

«إن الاضطرار إلى التظاهر أمام كل شخص في حياتك أمر يستنزف قواك، ومع ذلك، فإنني أتساءل عما إذا كانت جاهزة للتعامل مع الهجمات الخاطفة من قبل وسائل الإعلام، وما إذا كانت مهيئة لأن يصير كل جانب من جوانب حياتها واقعًا تحت طائلة العيون المتفحصة. سرعان ما تنحسر الأضواء عن المسألة في الصحافة بمجرد أن يحل محلها أخبار أحدث، ولكن بضغطة واحدة على محرك البحث جوجل، سنجد أن ماضي ماجنانتي بوصفها عاهرة سابقة وصاحبة مدونة «عاهرة النهار تحت اسم مستعار ما يزال حيًّا؛ ومن دواعي الأسف أنه قد يؤثر في حياتها بأساليب ربما لا يمكن لها أن تتنبأ بها».

(Margolis, 2009)

كان التدوين في الحالتين السابقتين عبر أسماء مستعارة، ولكن حتى في حالة شبكات التواصل الاجتماعي التي عادة ما تُستخدم فيها الأسماء الحقيقية، أحيانًا ما يكشف البعض عن معلومات خطيرة للغاية عن أنفسهم. فقد ضمت قائمة أصدقاء أحد المحتالين المطلوبين للعدالة على فيسبوك مسؤولًا سابقًا بوزارة العدل الأمريكية، وقاد أحد منشوراته التي يُفاخر فيها ببطولاته الشرطة إليه (BBC News Online, 2009)، كما كشفت إحدى الدراسات عن الحسابات الشخصية العامة للمراهقين من مستخدمي موقع ماي سبيس Myspcace عن أن 8% منهم قد أفصحوا عن تناولهم للمشروبات الكحولية، وأن 3% منهم قد كشفوا عن تدخينهم للتبغ، فيما كشفت نسبة 2% منهم عن تدخين الماريجوانا، على الرغم من أن هذه الأنشطة محظورة لغالبية هؤلاء المستخدمين صغار السن (Patchin & Hinduja, 2010).

لا ريب في أن حديث المرء عبر الإنترنت عن حياته الجنسية أو نشاطه الإجرامي يُمثل الحد الأقصى من طيف الإفصاح عن الذات، حيث فقَدَ البعض وظائفهم أو انقلبت حياتهم رأسًا على عقب بسبب الإفصاح عن محتويات أقل حساسية بوضوح مما سبق. أحيانًا ما يكون إهمال مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي جليًّا؛ حيث يكتفي أحد المواقع الإخبارية فقط بتجميع وعرض المنشورات العمومية في وسائل التواصل الاجتماعي، ويُسمى «أكره عملي» ihatemyjob (Kotenko, 2013). كثيرًا ما لا يكون لدى الشركات سياسات متسقة ومعلنة عما يمكن لموظفيها أن يكتبوه، ورغم ذلك، ونتيجة له، قد يجد

المدونون أنفسهم -ببساطة- مفصولين بسبب تدوينة يذكرون فيها العمل، أو يشاركون فيها التعليقات عن العملاء أو ظروف العمل، وهي مشاركات عادية وغير مؤذية لو تشاركها الزملاء داخل مكان العمل. إن هذه الظاهرة ذائعة الانتشار إلى درجة أنه قد سُكَّت كلمة جديدة لوصفها أن تفصل من العمل بسبب موقع على الانترنت (dooced) على اسم مستعار لأحد أكثر المدونين الأوائل شهرة، والذي تعرض للفصل من عمله في ظروف مماثلة (Armstrong, 2002). أما إيلين سيمونتي Ellen Simonetti، وهي مضيفة جوية في شركة دلتا للطيران في الولايات المتحدة، فيبدو أنها فُصلت بسبب نشرها لصور (بريئة) لنفسها وهي ترتدي زي العمل على مدونتها (BBC News Online, 2004b)، وكذلك تعرض مايكل هانسكوم Michael Hanscom للفصل من عمل مؤقت في مايكروسوفت بعد نشره على مدونته صورًا لبعض أجهزة الحاسوب من نوع أبل ماكينتوش كانت قد اشترتها مايكروسوفت (Hanscom, 2003).

كشفت دراسة مسحية للمتخصصين في إدارة الموارد البشرية في الولايات المتحدة وفي أوروبا (cross-tab, 2010) عن فجوة قد تكون خطيرة في الإدراك بشأن ما ينبغي أن تكون الشركات قادرة على الاطلاع عليه بالنسبة لنشاط الأفراد على الإنترنت حين تفكر في تعيينهم، فقد قام 79% من مسؤولي التوظيف في الولايات المتحدة بالبحث عبر الإنترنت عن المتقدمين لشغل الوظائف قبل تعيينهم، وفي أوروبا تراوحت النسبة ما بين 23% إلى 59%. وعلى الرغم من

أن 43% من الأمريكيين الذين شملتهم الدراسة (و56% ممن تراوحت أعمارهم ما بين 18–24) اعتقدوا أن القائمين على التوظيف سيُكَوِّنون عند الحكم على إسهاماتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي أحكامًا غير دقيقة إما إلى حد ما وإما إلى حد بعيد؛ فقد بحث 63% من القائمين على التوظيف عن الحسابات الشخصية للمرشحين، ولا تختلف النسبة كثيرًا بالنسبة لمواقع مشاركة الصور ومقاطع الفيديو. تتنوع الأسباب التي تؤدي إلى رفض المرشحين للوظائف تنوعًا يُثير القلق؛ فقد كشفت الدراسة أيضًا عن أن 43% من مسؤولي التوظيف في الولايات المتحدة الأمريكية وجدوا أن «التعلقيات غير الملائمة أو النصوص المكتوبة من قِبَل الأصدقاء أو الأقارب» قد تدعوهم إلى تعيين هؤلاء المرشحين، كما نجد نسبة مقاربة في فرنسا قد ترفض المرشح للوظيفة بسبب ما بدا أنه «قصور في مهارات التواصل».

ووفقًا لما تقترحه الدراسة المسحية، فإن الإفصاح الذاتي قد لا يكون المصدر الوحيد للمشكلات المحتملة، فقد يتسبب مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي في أن يواجه آخرون المتاعب سواء كان ذلك عمدًا أو عن غير عمد، فنظرًا لأن الأفعال الاجتماعية كثيرًا ما تكون شديدة الارتباط بالآخرين وتجعلهم واقعين في دائرتها، يؤدي المزيد من الإفصاح عن الذات إلى المزيد من الإفصاح عما يخص الآخرين، سواء كان ذلك عن قصد أو بالمصادفة. على سبيل المثال، وجد السباح الأوليمبي الشهير، مايكل فيليبس Michael Phelps، صورًا له على إحدى صحف التابلويد وهو يُدخن القنب في إحدى الحفلات الخاصة، وهي

الصور التي تم تداولها عبر الإنترنت (Dickinson, 2009)، كما وجد الرئيس الجديد للاستخبارات الخارجية في المملكة المتحدة أنه قد كُشف عن عنوان محل إقامته، وغير ذلك من التفاصيل الشخصية عن طريق المصادفة لأي شخص يقطن لندن، بسبب أن إعدادات الخصوصية لصفحة زوجته على فيسبوك قد جعلت من الاطلاع على صفحتها أمرًا متاحًا للجميع (Evans, 2009). وكشفت إحدى الدراسات المسحية أن نسبة تتراوح ما بين 60% إلى 80% من المدونين لن يطلبوا أبدًا إذنًا قبل الكتابة عن زملاء العمل، وأرباب العمل، وأفراد العائلة والأصدقاء (Buchwalter, 2005). وهناك قصور في الدراسات التي تتناول هذه المسألة بالنسبة للأطفال، فالكثير منهم الآن ينشأون في عالم يقوم فيه أولياء الأمور على نحو متزايد بتوثيق حيواتهم بأساليب ليس لهم أدنى تحكم فيه، ويمكن أن تتسبب في حرج في المستقبل. وبحسب إحدى الدراسات التي أُجريت في المملكة المتحدة، فإن ثلثي الأطفال المولودين حديثًا تظهر صورهم على الإنترنت، في غضون ساعة واحدة من الولادة في المتوسط، وأن 6% فقط من أولياء الأمور قد قرروا أنهم لم يقوموا بتحميل صور أطفالهم أبدًا على مواقع التواصل الاجتماعي (Press Association, 2013a).

لا يُمثل الافتضاح عبر وسائل الإعلام أو أمام الأصدقاء أو أرباب العمل المصدر الوحيد للخطر الذي يواجهه المستخدمون جراء نشرهم لتعليقات أو قيامهم بأفعال تتسم بالرعونة عبر الإنترنت؛ حيث يجد البعض أن بعض المتتبعين اليقظين قد يقومون بجمع ما يخلفونه

من آثار عبر حياتهم، ويستخدمون ذلك ضدهم. وفي الصين وغيرها من الدول الآسيوية حيث تشيع هذه الممارسة على وجه التحديد، تُعرف عملية الجمع الجماعي للبيانات بهدف تشويه السمعة بـ «محرك بحث نهش لحوم البشر»، وحين قامت جاو بيانوي Gao Qianhui ببث مباشر لمقطع فيديو يسخر من ضحايا زلزال في منطقة سي تشيوان في الصين، تم تداول تعليقاتها على نطاق واسع عبر منتديات الإنترنت جنبًا إلى جنب بيانات الاتصال الخاصة بها، إضافة إلى معلومات عن والديها، وهو ما أدى إلى القبض عليها من قِبَل سلطات الشرطة في الصين (Fletcher, 2008)؛ وحين قامت فتاة من كوريا الجنوبية، سميت لاحقًا بـ «فتاة الكلب يو»، بترك مخلفات كلبها في مترو الأنفاق، تم تصوير ونشر صور ذلك من قبل طرف ثالث، ونتيجة لذلك انتشر هذا الخبر في الصحافة المحلية أولًا، ثم بعد ذلك في الصحافة العالمية (Volkenberg, 2005).

بعيدًا عن عناوين الأخبار، ثمة ما يدعونا للاعتقاد بتزايد أعداد الأشخاص المعرضين لمواجهة مشكلات أخرى نتيجة للإفصاح عن الذات، مثل تشويه السمعة وتدمير العلاقات مع الآخرين، وللأسف ما تزال الأبحاث التي تستهدف قياس هذه الآثار محدودة. وكشفت إحدى الدراسات المسحية للمدونين في عام 2004 عن أن نسبة 36% ممن شملتهم الدراسة قرروا أنهم قد واجهوا متاعب بسبب أشياء كتبوها على مدوناتهم، فيما أفادت نسبة مقاربة بمعرفتهم بمدونين آخرين صادفتهم مشكلات من هذا القبيل (Viegas, 2005)؛ فيما كشفت دراسة مسحية

أخرى عن أن أقل من 10% تقريبًا، قد واجهوا «متاعب» بسبب شيء نشروه على مدوناتهم (Buchwalter, 2005)، كما ألمحت بيانات دراسة مسحية أمريكية (Pew Internet & American Life Project, 2006) إلى مستوى المشكلة، حيث كشفت عن أن 13,7% من المدونين الأمريكيين قد مروا بخبرات سيئة نتيجة لنشر معلومات محرجة أو غير دقيقة عنهم «عبر الإنترنت» وذلك مقارنة بنسبة بلغت 2,8% من مستخدمي الإنترنت من غير المدونين. وعلاوة على ذلك، فإن التركيز على الأضرار لا يقدر المشكلة حق قدرها، تلك المشكلة التي كان أفراد العينات الخاضعة للدراسة واعين بها في الدراسات التي أُجريت حتى الآن، فقد يقرأ الأصدقاء أو رب العمل على مدونة أحدهم أو صفحته شيئًا يستهجنونه من دون إخبار الكاتب عن شعورهم. لا يأخذ ذلك أيضًا في الاعتبار الأضرار التي قد تنجم عن بقاء المعلومات الشخصية متاحة عبر الإنترنت لسنوات قادمة، تتغير فيها حياة الفرد الشخصية أو اتجاهاته العامة، وهي القضية التي سنناقشها بمزيد من التفصيل في الفصل الخامس.

لماذا التركيز على التواصل عبر الإنترنت؟

لا تقتصر مشكلات تقديم الذات على نحو ملائم أو أشكال سوء التواصل على التواصل عبر الإنترنت، فلماذا إذن نُركز على التواصل عبر الإنترنت. السبب في ذلك هو أن هذا الكتاب يذهب إلى أن هذه الخدمات تسمح بأشكال جديدة من السلوك المحفوف بالمخاطر، وأن طبيعة التقنيات المستخدمة كثيرًا ما تُخفي التبعات المحتملة لمثل

هذا السلوك. علاوة على ذلك، ووفق ما سوف نعرض له في الفصل السادس، ثمة التزام تجاري يُشجع من يُقدِّمون مثل هذه الخدمات على التهوين من شأن هذه المخاطر، من أجل توسيع قاعدة الاستخدام بشكل عام، ولأن المعلنين الذين يمولون هذه الخدمات يمكنهم أن يستهدفوا على نحو أكثر فاعلية المستخدمين الذين يفصحون عن المزيد (أو عن الكثير جدًّا) من المعلومات عن أنفسهم.

وعبر التاريخ البشري، تكيفت المجتمعات مع التقنيات الجديدة المتعاقبة، وقامت بتبنيها بشكل انتقائي، وإرساء معايير جديدة للسلوك المتعلق بها (Bakardjieva & Smith, 2001; Lally, 2002; Lie & Sorensen, 1996; Silverstone & Mansell, 1996). لا ريب في أن ذلك سيحدث مجددًا، ولكن ثمة قضيتان ينبغي تناولهما. أولًا، مع أنه يتم التحول لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل سريع للغاية وفي إطار شديد التوسع، إلا أن المعايير التي ستُمكن المجتمعات من التعامل معها تظهر للنور بوتيرة أقل بكثير، وحين يكون ثمة عدم يقين بشأن كيف ينبغي أن نتكيف معها، تتزايد احتمالات النزاع والفوضى. وثانيًا: ولأن ظهور هذه المعايير يكون بوتيرة أقل تحديدًا، فقد يتضح أننا نعيش لحظة محورية قد نكون قادرين عندها على التأثير في تطور هذه المعايير. ولا يبدو من المحتمل أن نكون قادرين -عند هذه النقطة- على إيقاف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (أو ينبغي علينا ذلك)، ولكن ثمة العديد من الأساليب المحتملة التي يمكن لنا من خلالها أن نتكيف مع وجودها، فيقترح البعض أنها تؤدي -على نحو

محتوم- إلى نبذ فكرة الخصوصية الشخصية، وهو ما يحظى بترحيب واسع النطاق (Jarvis, 2011)، ومع ذلك، وإذا ما نجحت المجتمعات في الوصول إلى حالة جديدة من التوازن تتضمن قدرًا أكبر وأكثر تنوعًا من تداول التعبير عن الذات عبر الإنترنت، فسيتعين علينا أن نأخذ -جدية- بالجسبان التبعات المحتملة لهذا التكيف، وإذا لم يكن هذا المستقبل يروقنا، فينبغي علينا أن نُحدد ما سنتبناه من أساليب بديلة للتكيف مع وسائل التواصل الاجتماعي، وهو الموضوع الذي سأعود إلى مناقشته في الفصل الختامي.

لماذا نكشف عما نفعله عبر الإنترنت؟

بالنظر إلى المخاطر التي تبدو متأصلة في التعبير عن الذات عبر الإنترنت، الذي قد يصل إلى جمهور عريض؛ لماذا إذن يستمر البشر في تعريض أنفسهم لمثل هذه المخاطر بأعداد كبيرة؟ اقترح البعض أن جيلًا جديدًا من الشباب -الأكثر استخدامًا لمثل هذه الأدوات- يتميز بثقافة أكثر تسامحًا مع مشاركة أحداث الحياة، التي تساعد هذه الوسائل في إتاحتها (Palfrey & Gasser, 2008). ومع ذلك، ووفقًا لما سأقوم بعرضه في الفصل الثاني، فإن هذا النمط الجديد من الإفصاح عن الذات لا يبدو مقصورًا على «الجيل الرقمي»، وفي الحقيقة ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي آخذ في الانتشار السريع عبر مختلف الفئات التي تستخدم الإنترنت، فلا يمكن لعامل واحد أن يُفسر هذا التغيير في السلوك، ولكنني حددت العديد من

مستويات التأثير المختلفة التي سأذكرها لاحقًا، وسأقوم بعرضها على نحو أكثر تفصيلًا في باقي أجزاء هذا الكتاب؛ فهناك مؤثرات المستوى الأكبر (الماكروي)، وهي المؤثرات التي يبدو أنها تؤثر في المجتمع ككل أو عبر شريحة واسعة من مستخدمي التقنية، بينما تكون مؤثرات المستوى الأصغر (الميكروي) هي تلك التي تؤثر في الأفراد بناء على اتجاهاتهم ودوافعهم الفردية، إضافة إلى تفاعلاتهم أثناء استخدام التقنيات والخدمات.

المؤثرات على المستوى الأكبر

أولًا وفي الأساس، إن الخدمات التقنية التي تتيح هذه الممارسات تتسم بسهولة الاستخدام وشيوعه، وبفضل ما صار يُدعى بتأثيرات الشبكة، فقد أصبحت هذه التقنيات أكثر جاذبية حيث زاد عدد المتصلين بالإنترنت والمستخدمين لها (M. L. Katz & Shapiro, 1985). وفي الحقيقة أنه عندما يصبح استعمال هذه الأدوات أمرًا اعتياديًّا على نحو كافٍ، فإنه يصبح من المستهجن اجتماعيًا أن لا نستخدمها (Baumer et al., 2013; Portwood-Stacer, 2013). وعلاوة على ذلك، فمع توسع الشركات التي تدير شبكات التواصل الاجتماعي وتزايد أرباحها، فإن هذه الشركات تستفيد من مختلف أشكال التغطية الإعلامية. يبدأ الأمر - على نحو نمطي - بتغطية هذه الخدمات بوصفها ابتكارات جديدة، ثم ما تلبث التغطية الصحفية أن تنحو إلى دعم فكرة أن «كل شخص» يستخدم هذه الابتكارات. قد يتعاظم هذا

الاتجاه نظرًا لأن الصحفيين يُعدّون من المستخدمين السبّاقين لتقنيات التواصل الاجتماعي؛ حيث إنهم ينتمون إلى الطبقة الوسطى، ويعيشون في المدن، ويتطلب عملهم استخدام الشبكة العنكبوتية، ولا ريب في أن الشركات العملاقة، مثل فيسبوك وجوجل، تمتلك القدرة المالية على الترويج لمنافع استخدام منتجاتها على نطاق واسع.

يضاف إلى ذلك أن الأدوات التقنية المستخدمة للدخول إلى هذه الخدمات والمساهمة فيها أقل تكلفة وأوسع انتشارًا؛ على الأقل في الدول المتقدمة، حين تستخدم أغلبية ممن هم دون سن الخامسة والستين الإنترنت بانتظام، وفي معظم أرجاء آسيا، تمثل أجهزة الهاتف الجوال وسيلة رئيسة للدخول إلى الإنترنت - فيقوم 78% من مستخدمي الإنترنت في الصين بالدخول إلى الشبكة العنكبوتية عبر أجهزة الهاتف الجوال، مقارنة بـ 69,5% ممن يقومون بذلك باستخدام حواسيب ثابتة (CNNIC, 2013, p. 18). كما أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف آخذ في التحول بسرعة الجوالة من مجرد شيء غير مألوف إلى نشاط اعتيادي في مكان آخر، ففي عام 2013 كان 48% من مستخدمي فيسبوك يدخلون الموقع عبر أجهزة الهاتف الجوال فقط (Lunden, 2013). ويعني ذلك أن استمرار المرء في الظهور عبر الإنترنت، وتحديث هذا الظهور يُمكن القيام به من أي مكان، وبفضل تقنية من خلال GPS المدمجة في الهواتف الجوالة وغيرها من أدوات تتبع الموقع، صارت مشاركة تفاصيل شخصية محددة، مثل مكان تواجد الفرد، يمكن أن تتم بكل بساطة

متناهية ومن دون بذل أي جهد (وبالتالي من دون أن يكون لديه فرصة إدراك تبعات ذلك). وفي الفصل السادس سأستعرض بعض الأساليب التي يبدو من خلالها أن الضرورات التجارية والتطورات التقنية تقوم بتشجيع المزيد من الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت، في الوقت الذي يبدو أن ثمة احتمالات متزايدة لقيام الحكومات والشركات باستغلال مثل هذه المعلومات (وربما إساءة استخدامها).

لا يُمثل إتاحة التقنيات اللازمة وجهود الشركات المقدمة والداعمة لهذه الخدمات العوامل الرئيسة الوحيدة التي قد تشجع على الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت، فثمة اهتمام قديم ومتزايد لوسائل الإعلام في تحقيق المزيد من الإفصاح عن الذات. لُوحظ هذا التوجه منذ منتصف تسعينيات القرن الماضي، فمع انتشار البرامج الحوارية عبر التلفاز، صارت القوة المحركة - على نحو متزايد - للصحف التي تهتم بالأخبار الشخصية ولأعمدة المجلات ولممارسات تقديس النجوم عبر جميع وسائل الإعلام هي الإفصاح عن المعلومات الشخصية (سواء كانت حقيقية أم كانت بإيحاء من أصحابها على سبيل الدعاية) (Calvert, 2000; Niedzviecki, 2009; Rosen, 2005). وبحسب ما لاحظناه سابقًا، روجت وسائل الإعلام لجرعات متزايدة من الإفصاح عن المعلومات الشخصية عبر الإنترنت، وللخدمات التي تتيح إمكانية ذلك، وحققت لنفسها أرباحًا من ذلك، خاصة مع الزيادة المطردة في نسبة المعلومات المنشورة عن الحياة اليومية لعموم الناس وللمشاهير.

توجد أيضًا عوامل متضافرة يمكن أن تجعل من إمكانية انتفاع المستخدمين من الأدوات المتاحة؛ لحماية الخصوصية عند نشر المنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي أمرًا أكثر صعوبة، فلكي ينتفع المستخدمون بفعالية من أدوات حماية الخصوصية يحتاجون إلى أن يكونوا واعين بها وبإمكانياتها، وينبغي أن تكون الأدوات يسيرة الاستخدام، ويكون المستخدمون قادرين على استخدامها على النحو الصحيح، ومتى تمت إتاحة مثل هذه الأدوات، ينبغي أن تكون فعالة، وأن تظل إعداداتها كما هي عبر الزمن. ثمة أدلة عديدة على وجود أقلية لها وزنها من بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي تواجه صعوبات في مرحلة أو أكثر من هذه المراحل. إن واقعة أن القدرات التقنية، وجمهور المستخدمين، وسياسات هذه الخدمات كثيرًا ما تتغير بسرعة لا تساعد في التصرف الأفضل. على سبيل المثال بدأ فيسبوك في عام 2004 كخدمة مُستخدَمَة من قِبَل البالغين الذين ينتمون إلى مجموعة محدودة ممن ينتمون إلى رابطة جامعات اللبلاب في الولايات المتحدة الأمريكية، الذين كانت حساباتهم الشخصية مرئية للأعضاء الآخرين فقط، والآن صارت هذه الخدمة مُستخدَمَة من قِبَل مئات الملايين من البشر، كما أن سياساتها - وتشمل الإعدادات الأصلية للخصوصية - قد تغيرت أكثر من مرة.

تنزع الخدمات المتاحة بطبيعتها إلى «دفع» المستخدمين باتجاه المزيد من الإفصاح عن الذات، بسبب الطريقة التي تقدم بها هذه الخدمات نفسها، على الرغم مما بينها من اختلاف في مدى ذلك

وأسلوب تنفيذه، ويعود ذلك جزئيًّا إلى الخيارات التي تقدمها هذه الخدمات لمستخدميها. مثال ذلك، استخدام الإعدادات الأصلية التي تُشجع مشاركة المعلومات، ولا تشجع استخدام أدوات التحكم بالخصوصية عندما تكون هذه الأخيرة متاحة. وهذا أيضًا - في جزء منه - انعكاس لما تخفق مثل هذه المواقع في القيام به. وعلى سبيل المثال، فإنها كثيرًا ما لا توفر لمستخدميها فكرة واضحة عن عدد من يقرأون ما يكتبونه أو من يمكن أن يكون هؤلاء القراء، على الرغم من احتمال قيام ملاك هذه المواقع بجمع هذه البيانات لأغراض الاستخدام التجاري.

إنني أعتقد بوجود سببين رئيسين لهذا الوضع. أولًا: ثمة أيديولوجيا تتبنى الانفتاح عبر الإنترنت، فالكثير من المستخدمين الأوائل الذين كانوا في طليعة من قاموا باستكشاف الإنترنت ثم الكتابة عبره والترويج له، نظروا إليه بوصفه تقنية تُتيح -حرية التعبير- في المقام الأول. وعن ذلك يقول جون بيري بارلو John Perry Barlow في مقالة بعنوان «إعلان استقلال الفضاء السيبراني» (1996): «إننا نخلق عالمًا يمكن فيه لأي فرد في أي مكان أن يُعبِّر عن معتقداته، مهما كانت مختلفة، ومن دون الخوف من الإجبار على الصمت أو على الإذعان». وإضافة إلى المعتقدات والآراء السياسية، بدأ الكثير ممن ينتمون إلى هذا الرعيل الأول في نشر ما كان يُنظر إليه - في سياق المجتمع - بوصفه تفاصيلَ شخصية شديدة الخصوصية عن حياتهم عبر الإنترنت، وبحسب ما سوف نعرض له في الفصل السادس، فقد ذكر الكثير من

المعلقين الأوائل الذين تناولوا هذا الموضوع، أن مثل هذا السلوك لم يعد متاحًا فحسب، بل إنه صار إلزاميًا أيضًا. وعلى سبيل المثال، نصح مارك بيرنشتاين Mark Bernstein زملاءه من المدونين بأن يكونوا «جذابين... وإذا ما كانت كتاباتك تمثل صحيفة إخبارية شخصية، وإذا ما كنت صادقًا، فسيتعين عليك أن تكتب عن الأشياء التي تشعر نحوها بالحرج، التي لا تشعر بالرغبة في نشرها، وعن الأحداث التي ما كنت لتذكرها للغرباء (وربما تجد حرجًا في ذكرها لأي شخص)» (M. Bernstein, 2002). وقال مدون آخر هو توني بيرس Tony Pierce: «قم بتعرية ذاتك، وبُح بأسرارك. ودائمًا ما ستكون قادرًا على أن تحذف ذلك لاحقًا» (Pierce, 2004). لقد تأثر هؤلاء المدونون وغيرهم - إلى حد ما- بأفكار الثقافية المضادة للفردانية الفردية anti-individualistic، التي كانت سائدة بين شخصيات مؤثرة في مجتمع سان فرانسيسكو للتقنية.

وأخيرًا ثمة مصلحة مالية لهذه المواقع في تشجيع الاستخدام والتخلّي عن الحذر، ويتخذ فيسبوك تحديدًا موقفًا متساهلًا إزاء هذا الأمر، فقد قال مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg -مؤسس فيسبوك- لأحد الصحفيين: «دائمًا ما سعى فيسبوك إلى الذهاب إلى الحدود القصوى، ويعني ذلك في أحيان معينة جعل الناس منغمسين في أنشطته، وتعويدهم على أن يشعروا بالاطمئنان إلى أشياء لم يعتادوا عليها بعد» (C. Thompson, 2008).

تُسهم التحولات المجتمعية والتقنية واسعة المدى التي أوجزناها آنفًا في زيادة الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت، ولكن إحدى الأفكار

المركزية لهذا الكتاب هي أنه توجد عوامل أخرى مهمة وأقل جلاءً تلعب أيضًا دورًا في هذا الشأن، حيث تُشير المؤثرات على المستوى الأصغر، التي سوف أناقشها لاحقًا -وبمزيد من التفصيل في الفصلين الرابع والخامس تحديدًا- إلى الأساليب التي كثيرًا ما تكون مُعقدة بل ومتعارضة، التي يتخذ من خلالها الأفراد المستخدِمون لهذه الخدمات القرار بشأن ما يودون القيام به، وما يعتقدون أنهم يقومون به في تفاعلاتهم مع الجمهور المحتمل والحقيقي.

مؤثرات المستوى الأصغر

يشتمل جزء كبير من هذا الكتاب - بناء على مقابلات شخصية مطولة مع طائفة واسعة من المدونين[2] - على مراجعة تفصيلية للطريقة التي يمكن بها لإدراك الأفراد لما يقومون به ولتباين دافعياتهم أن تؤثر في خياراتهم للكشف عن معلومات شخصية عبر الإنترنت.

ووفقًا لما سوف نتناوله بتفصيل أكبر في الفصل الثالث، يرى علماء الاجتماع الذين يدرسون التفاعل بين الأفراد أننا نقدم أنفسنا في المواقف المختلفة بأساليب مختلفة، واضعين في حسباننا مَن قد يشاهدوننا، وعلاقتنا بهم، ويقول إرفين جوفمان Erving Goffman، أحد أشهر الباحثين في هذا المضمار، إننا نضع «وجهًا» نعرضه أمام أصدقائنا حين نشعر أننا غير مرئيين backstage، ووجهًا آخر نُظهره أمام العالم «على الملآ» (Goffman, 1959) . وبهدف دراسة التفاعل بين الأفراد عبر الإنترنت باستخدام هذه المقاربة النظرية، قسمت تصورات أصحاب

المنشورات من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لجمهورهم إلى ثلاثة أقسام: أعداد الجمهور وخصاصهم، ورد فعل الجمهور لما نُشر، والاختلافات التي يُحتمل أن تطرأ على هذين العاملين مع مر الوقت.

من يقرأ؟

تتوافر أدوات كثيرة لمن يكتبون عبر الإنترنت لتتبع أعداد، وأماكن، وربما حتى هويات قرّائهم. لا ريب في أن المواقع التجارية قد بدأت منذ زمن بعيد في استغلال خصائص من ملفات تعريف الارتباط cookies لتعقب مواقع مستخدميها وخصائصهم المكانية، ولكن الأدوات المجانية من قبيل «تحليلات جوجل» Google Analytics متاحة للجميع. وعلاوة على ذلك، تُقدم بعض أدوات وسائل التواصل الاجتماعي المزيد من المعلومات عن قرائها لمن يقومون بالنشر عبرها، لاسيما حين يتعين على الأفراد أن يسجلوا أنفسهم بهذه المواقع من أجل قراءة ما يُنشر أو مشاهدته.

وبحسب ما لاحظناه بالفعل، فإن قدرًا كبيرًا مما يظهر على الإنترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي يبدو من نوعية المعلومات الشخصية التي يكون من الطبيعي أن تُشارك في «ما وراء الكواليس» فقط، ولكن يُكشف عنها عبر الإنترنت أمام أعداد كبيرة من البشر، وفعليًّا أمام أي مستخدم للإنترنت يمكنه أن يبحث عنها أو يعثر عليها صدفةً، ويمكن لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي أن يقيدوا الدخول إلى بعض أو كل البيانات الخاصة بهم ليقتصر على

«الأصدقاء فقط»، إلا أن الحماية الناتجة عن ذلك قد تكون مُتخيلة أكثر منها واقعية. فوفقًا لبيانات فيسبوك الرسمية، يكون لدى مستخدم فيسبوك «قائمة أصدقاء» تحتوي في المتوسط على 99 «صديقًا» (Ugander, Karrer, Backstrom & Marlow, 2011, p. 3) بداية من عام 2011، ولكن تُظهر دراسات أخرى تباينًا واسعًا في أعداد الأصدقاء - لاسيما بالنظر إلى عمر المستخدم، إذ توصلت دراسة مسحية أمريكية أُجريَت بناء على التقارير الذاتية إلى أنه بينما يكون متوسط عدد الأصدقاء للفئة العمرية ما بين 66-74 سنة هو 78,4 صديقًا، فإن العدد يرتفع إلى 318,5 صديقًا بالنسبة لمن تتراوح أعمارهم ما بين 18 - 34 (Goo, 2012)، ويصل هذا العدد إلى 350 بالنسبة لمن تتراوح أعمارهم ما بين 14-17 (Madden et al., 2013). أما إحدى الدراسات التي أُجريت في المملكة المتحدة من قبل شركة لأبحاث سلوك المستهلك، فقد أفادت أن لدى المستخدمين الذين يبلغ متوسط أعمارهم 22 سنة 1000 صديق أو ما يربو عن ذلك ضمن قائمة الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي (Intersperience, 2011).

ربما يتوقع المرء أن يكون مَن يُفصحون عن تفاصيل شخصية بشكل اعتيادي مستخدمين منتظمين لأدوات تعقب القراء، من أجل التأكد من تطابق تصوراتهم مع الواقع بالنسبة لعدد ونوعية القراء. ومع ذلك، ووفقًا لما سنتناوله في الفصل الرابع، يبدو أن ثمة عددًا كبيرًا من هؤلاء الكُتاب لا يتعقبون قراءهم، وحتى حين يقومون بذلك، فإنهم كثيرًا ما لا يكونون مهتمين بالنتائج.

فيم يُفكرون؟

وفقًا لتحليل جوفمان، يعدِّل الأفراد -بشكل طبيعي- أداءهم في التفاعلات التي تحدُث «وجهًا لوجه»، في ضوء ردود أفعال من يتفاعلون معهم - سواء كانت ردود أفعال «غير مباشرة» (تلقائية ولا إرادية، مثل العبوس أو غير ذلك من أشكال لغة الجسد)، أو «مباشرة» (Goffman, 1959). ومع أنه يمكن للإنترنت أن ينقل الانطباعات غير المباشرة عبر خدمات الفيديو كونفرنس videoconferencing services، إلا أن السبيل الوحيد المُتاح -في معظم الأحوال- للكُتَّاب كي يعرفوا انطباعات المتلقين -لاسيما إن كان ما يكتبونه مثيرًا للإزعاج أو الارتباك- هو الإفادات المباشرة، سواء في صيغة التعليقات على منشور، أو عبر البريد الإلكتروني، أو حتى عبر المناقشات الاعتيادية وجهًا لوجه مع القراء. وبسبب عدم التأكد من وجهات نظر القراء بشأن ما يكتبونه، يمكن للمرء أن يتوقع أيضًا أن يحاول من يُفصحون عن تفاصيل شخصية عن أنفسهم، أن يكتشفوا -قدر الإمكان- من يقرأ لهم، وأن يلتمسوا الإفادات، وأن يكونوا حساسين لما يتلقونه من إفادات. ومع ذلك، ووفقًا لما سوف نناقشه في الفصل الرابع، ثمة تباين واسع في اتجاهات الكتاب تجاه تصوراتهم بشأن انطباعات القراء، فيما يبدو أن البعض لا يأبه إطلاقًا لردود أفعال القراء.

متى قُرئ المنشور أو سُمع؟

كتب جوفمان -في الأساس- عن التفاعلات وجهًا لوجه، وهي لحظية وسريعة الزوال، ولكن على الرغم من أن الكتابة عبر الإنترنت تصل بشكل آني، ويمكن أن تظهر الاستجابات لها بسرعة فائقة، إلا أن ما يُكتب عبر الإنترنت يُمكن أن يُحفظ، حتى وإن كانت النصوص غير متاحة دائمًا كما كانت وقت النشر، وحين يكون المنشور قديمًا بما فيه الكفاية لكي يختفي من الصفحة الرئيسة للموقع مثلًا، فإنه يُحفظ -في أغلب الأحوال- في سجلات حفظ مصنفة وفقًا للتاريخ (جنبًا إلى جنب مع أي تعليقات قام بها الآخرون بشأنه). وحتى حين لا تكون هذه النصوص متاحة عبر الإنترنت، فقد تكون حُفظت بشكل خاص من قِبل مُقدمي خدمات الإنترنت، كما أن ثمة احتمالًا لأن يقوم أي ممن قرأوا ذلك في أي وقت بحفظ ما قرأه على حاسوبه الشخصي، وفي النهاية، وحين تكون النصوص متاحة عبر الإنترنت بدون أي شكل من أشكال حماية الخصوصية، فإنه يتم حفظها - بشكل اعتيادي - وفهرستها ضمن عدد من محركات البحث وسجلات الحفظ المتخصصة من قبيل أركايف دوت أورج archive.org.

ووفقًا لما يستكشفه الفصل الخامس، فإن هذه الخاصية لطول المدة تجعل حساب المخاطرة الناتجة عن الإفصاح عن المحتوى عبر الإنترنت مشكوك فيه، فالمحتوى الذي يراه صاحبه وقراءه (في حينها) غير ضار،

قد يصير - رغم ذلك - ذا تبعات خطيرة في الأعوام اللاحقة. ويعود ذلك لثلاثة أسباب. أولًا: قد تتسبب التقنيات الجديدة، أو التغييرات في الطريقة التي تقوم بها الخدمات بعرض المحتوى الذي ينشره المستخدمون، أو التغييرات في طبيعة المجتمع وممارسات مُستخدمي الإنترنت؛ في عرض ما ينشره مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لجمهور آخر خلاف الجمهور المستهدف. مثال ذلك أن نسبة مستخدمي الإنترنت الأمريكيين الذين يقرأون مدونات قد ارتفع من 17% إلى 32% ما بين الأعوام 2004 و2010 (Pew Internet & American Life Project, n.d.–a). وثانيًا: قد تتغير الاتجاهات الاجتماعية تجاه ما يُكتب مع مرور الوقت، فمثلًا، إن الدعم الذي يلقاه السفر إلى منتجعات في أماكن نائية يُمكن أن يُنظر إليه غدًا بوصفه دليلًا على المواقف غير المسؤولة إزاء التغير المُناخي. وختامًا، فإن الأفكار والسلوك الملائمين لإحدى مراحل الحياة، وليكن ولع المراهقين بتجريب أنماط الحياة المختلفة، قد يُنظر إليه من منظور مختلف في مرحلة لاحقة، على سبيل المثال، إذا ما طمح المرء إلى أن يصير سياسيًّا.

ماذا بعد؟

سوف أناقش في الفصل السابع عند بعض الأساليب المحتملة التي قد تتكيف المجتمعات المختلفة من خلالها مع تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي وممارساتها في الحاضر والمستقبل، وآثار هذه التحولات المحتملة في الاتجاهات. وفي الوقت الذي تُركز معظم

أجزاء هذا الكتاب على الأضرار التي قد تُصيب مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، يسعى هذا الفصل الختامي أيضًا إلى استعراض بعض منافع استخدام هذه الوسائل، ومن ثم يُمكِّن القارئ من الخروج بتقدير متوازن للمخاطر والمنافع. وفي حين أن الاستخدام غير الحذر لوسائل التواصل الاجتماعي محفوف حقًّا بالمخاطر، يذهب هذا الفصل إلى أن محاولة تقليص مثل هذه المخاطر عبر حظر استخدام مثل هذه الأدوات أو تقييدها (دون تمييز) من قِبَل صغار السن يُرجَّح أن يكون غير فعال، وضارًا أيضًا على المدى البعيد. كما أن من تنقصهم خبرة التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي يكونون هم الأكثر عرضة للزلل حين يتفادون رقابة الأبوين. وعلاوة على ذلك، وكما تُعد «المهارات الشخصية» الخاصة بالتعريف بالذات مهمة في بيئة العمل وفي الحياة اليومية، وسببًا جيدًا (أو مبررًا) للتمتع بمكانة الطبقة الوسطى، يمكن كذلك أن تصير وسائل التواصل الاجتماعي حين تُستخدم بوعي وفطنة مُتطلبًا رئيسًا للنجاح المستقبلي بالنسبة للكثيرين، وتساعدهم في بناء رأس مال اجتماعي والمحافظة عليه (Steinfield, Ellison & Lampe, 2008).

نختتم هذا الكتاب ببعض المقترحات التي تتوجه بالخطاب إلى جميع المجموعات المهتمة بالسجال الدائر بشأن مستقبل التعبير عن الذات عبر الإنترنت وتشمل: الآباء، والحكومات، والتربويين، والقائمين على وسائل التواصل الاجتماعي أنفسهم.

الفصل الثاني:

ما مخاطر الكشف عن الذات عبر الشبكة العنكبوتية، وأي المستخدمين عرضَة لها؟

الآمال المبكرة

حين بدأ الإنترنت في جذب انتباه العامة في منتصف تسعينيات القرن العشرين، كانت ردود الأفعال المبكرة -في الأغلب- مبالغًا فيها، وتأخذ صورة «إما شقاء الجحيم أو نعيم الحياة الفاضلة» (Silver, 2000). أشار سيلفر Silver إلى أن بعض النقاد «يلومون الشبكة العنكبوتية لتسببها في تدهور الأدب، والاغتراب السياسي والاقتصادي، والتفكك الاجتماعي» (2000). تراوحت الآراء المبكرة بين مَن رأوا التفاعل في المجتمعات الافتراضية بوصفه بديلًا «أدنى» للتفاعل وجهًا لوجه، وللمشاركة الاجتماعية (Nie, 2001)، وأولئك الذين رأوه أمرًا تكميليًّا لهذه التفاعلات (J. E. Katz & Rice, 2002; Wellman, Quan–Hasse, Witte & Hampton, 2001).

وبرغم ذلك فقد اصطف معظم السياسيين والصحفيين والخبراء في شتى أرجاء العالم للتهليل لظهور الإنترنت، وبحسب عبارة مراقب آخر:

«فإنهم لم يتغنوا فقط بإمكانيات الإنترنت، ولكن بحقيقته كعامل غير مسبوق للتحول الاجتماعي: عبر ظهور اقتصاد جديد، وسياسة جديدة، ونظام دولي جديد، بل وظهور جيل جديد ومتقدم من الرجال والنساء، الذين نشأوا منذ طفولتهم مُعتمدين على أجهزة الحاسوب، وقادرين على التنقل عبر حدود الزمان والمكان بفضل قوة الإنترنت».
(Carey, 2005, p. 445)

كان التركيز في أول الأمر على إمكانية الوصول اللامحدود للمعلومات، ولكن مع تعاظم أعداد المستخدمين، صار من الجلي أن الإنترنت سيُستخدم بالقدر نفسه للتواصل بين الأفراد.

وعلى الرغم من أن سيلفر أشار إلى أحد أقدم الحسابات الأكثر شهرة عن مشاركة الحياة عبر الإنترنت كان عن حادثة «اغتصاب» على الإنترنت (Dibbell, 1993)، إلا أن ظهور المجتمعات الافتراضية virtual communities على حد الوصف ذائع الصيت لهوارد رينجولد (Rheingold, 2000) كان يُنظر إليه على نطاق واسع -منذ البداية- بوصفه تقدمًا. ظهر جيل جديد من الباحثين في الثقافة السيبرانية لوصف هذا الشكل الجديد من التفاعل وأبدوا -بشكل عام- حماسًا لها. كانت شيري تيركل Sherry Turkle واحدة من الكثيرين الذين قالوا إن صورًا من لعبة الهوية identity play، أي تجربة الذات المحتملة، التي

كانت ملحوظة آنئذ في المجالات متعددة الاستخدامات multi – user domains – (MUDs)[1] كانت تُمكن البعض من التجريب باستخدام هوياتهم والتعلم من ذلك:

«يتعين علينا ألا نرفض الحياة على شاشة الحاسوب، ولكن لا يتعين علينا أيضًا أن نتعامل معها باعتبارها بديلًا للحياة الواقعية؛ يُمكننا أن نستخدمها كفضاء للنمو. وبعد أن نكون قد خلقنا –حرفيًّا– شخصيتنا في الفضاء الحاسوبي، فإننا نكون في موضع يتطلب منا أن نصير أكثر وعيًا بما نكشف عنه بشأن حياتنا اليومية».

[2](Turkle, 1996a, p. 263)

أشار باحثون آخرون أن الأفراد الذين تكون هوياتهم أو وجهات نظرهم «مهمشة»، أو «موصومة» قد يجدون في التفاعل مع بعضهم البعض على الإنترنت، سبيلًا لتحقيق المزيد من قبول الذات (McKenna & Bargh, 1998).

وبفعل تشجيع السياسيين، ووسائل الإعلام المتحمسة، ووفرة من المقدمين المتحفزين لخدمة الإنترنت، تقاطر الناس في الدول النامية من كل فجٍّ لكي يصيروا متصلين بالشبكة العنكبوتية. ومع ذلك، وفي مطلع الألفية الثالثة تقريبًا، بدت وجهة النظر السائدة بين مستخدمي الإنترنت في المملكة المتحدة والولايات المتحدة أكثر قتامة، عندما بدأ يخبو بريق بعض التفاؤل بشأن مزايا الاقتصاد التحويلي للإنترنت بمجرد انفجار فقاعة اقتصاد الانترنت.

وحتى وقتنا الحاضر، ما يزال النظر إلى استخدام الإنترنت -في المقام الأول- بوصفه مثيرًا للمشكلات إذا ما كان مفرطًا، والآن ومع تزايد ظهور الأطفال والمراهقين على الإنترنت، ونظرًا لأنه بدا واضحًا أن المراهقين يصيرون -شيئًا فشيئًا- المجموعة الأكثر نشاطًا من بين مستخدمي الإنترنت، فقد بدأ تصاعد المخاوف بشأن ما يفعلونه على الإنترنت، وفي الولايات المتحدة يتصدر القلق بشأن المواد الإباحية قائمة المخاوف. وقد أثارت هذه المخاوف دراسة رفيعة المستوى عن المواد الإباحية التي تُعرض على الإنترنت وعبر لوحات الإعلانات (Rimm, 1994)، احتلت مكانًا بارزًا على غلاف مجلة *تايم* Time (Elmer-Dewitt, 1995)، وذلك على الرغم من العديد من دواعي القلق بشأن المنهجية المستخدمة (Hoffman & Novak, 1995)، واستجابة لهذه الدراسة، اقترح المشرعون الأمريكيون في عام 1996 قانون حشمة الاتصالات[3] Communications Decency Act؛ وهو أولى المحاولات الحكومية العديدة للتحكم بالمحتوى الفاحش وغير اللائق على الإنترنت.

ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، فقد ارتبط كثير من الأضرار المحتملة -بعد ذلك- باستخدام الحاسوب والإنترنت. تضمنت هذه الأضرار: السمنة (الناتجة عن قضاء أوقات طويلة أمام شاشة الحاسوب أو التعرض لإعلانات عن أطعمة غير مفيدة)، والسلوك العنيف (الناتج عن التعرض للألعاب التي تُشجِّع العنف، ومشاركة مقاطع الفيديو التي تتسم بالسلوك نفسه)، والتعرض لمحتوى ضار

أو مُسيء (المواد الإباحية، وإشاعة مشاعر الكراهية)، وإتاحة لعب القمار (وربما إدمانه) في البلاد التي تحظر قوانينها ممارسته، وإدمان الألعاب وغيرها من الأنشطة المتصلة بالإنترنت، إضافة إلى طائفة من الأمور الأخرى (Hargrave & Livingstone, 2007; Livingstone & Brake, 2009; Livingstone, Haddon, Gorzig & Olafsson, 2011; Livingstone & Hargrave, 2006; Subrahmanyam, Kraut, Greenfield & Gross, 2000; Widyanto & Griffiths, 2006).

لا يزال الجدل محتدمًا بشأن هذه المشكلات المحتملة كلها، إلا أنه ليس بمقدورنا أن نتناوَل هذه المخاطر جميعًا في هذا الكتاب (كما أننا لن نستعرض بالتفصيل المزايا الكثيرة المحتملة لاستخدام الإنترنت، والتي يُمكن اعتبارها -إلى حد ما- تعويضًا يفوق هذه المخاطر في الكثير من الأحيان). وبحسب ما يُشير إليه عنوان هذا الكتاب، سينصب تركيزي هنا على المخاطر المرتبطة بما نفصح به عن أنفسنا، سواء على الملأ أو بالنسبة لمجموعة مُحددة من «الأصدقاء» عبر استخدامنا لوسائل التواصل الاجتماعي، سواء بشكل مُتعمد أو غير مُتعمد. لم تخطر المخاوف الخاصة بهذه المخاطر على بال أحد -على الأقل في الولايات المتحدة- إلا قبل سنوات مضت، مع نمو المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي وانتشار الحديث في وسائل الإعلام، وفي الأوساط العامة عن «الضواري العنكبوتية» online predator؛ وهم الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت للبحث عن الأطفال وغوايتهم.

ولادة «الضواري العنكبوتية»

ربما كانت بداية تفجُّر القلق بشأن الضواري العنكبوتية –في الولايات المتحدة على الأقل– في عام 2006، بسبب عاملين. الأول هو تنامي شعبية شبكات التواصل الاجتماعي بين الناشئة، مثل ماي سبيس MySpace – ظهر عام 2003، وفي عام 2005 اشتراه إمبراطور الإعلام روبرت ميردوخ Rupert Murdoch بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار (Siklos, 2005). وتمثل العامل الثاني في مسلسل متلفز بعنوان «اصطياد أحد الضواري» (Dateline, 2008) To Catch a Predator. وتميزت الفترة الممتدة من 2003، و2007 بسلسلة من الأعمال الدرامية عن المجرمين الذين يعثرون على ضحاياهم عبر الإنترنت ويستغلونهم جنسيًا. وكما ذكر ماروِيك Marwick، فقد زاد عدد مرات استخدام مصطلح «الضواري العنكبوتية» في الصحف الكبرى من أقل من 20 مرة في العام في السنوات من 1995 و2005، إلى 58 في عام 2006، ثم إلى 457 في عام 2007 (A. E. Marwick, 2008)، وساعد هذا القلق المتصاعد على الدفع باتجاه محاولة تشريع قانون حماية الأطفال على الإنترنت Child Online Protection Act (COPA[4])في الولايات المتحدة، وترافق ذلك بخطابات مثل هذا:

«لقد صارت مواقع التواصل الاجتماعي ملاذًا للضواري العنكبوتية الساعية لارتكاب الانتهاكات الجنسية، والذين جعلوا صفحاتهم على الشبكة العنكبوتية مصائد افتراضية».

(Fitzpatrick, 2006)

وفي كل من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، ما يزال قلق أولياء الأمور عارمًا تجاه المخاطر التي قد يتعرض لها أطفالهم نتيجة التواصل غير المشروع بالغرباء، ونتيجة للكشف عن المعلومات الشخصية على نحو غير ملائم. وعلى الرغم من تأكيد ثلثي أولياء الأمور في المملكة المتحدة أن مزايا استخدام أطفالهم للإنترنت تفوق المخاطر الناجمة عن ذلك؛ إلا أن الهاجس الرئيس في إحدى الدراسات المسحية هو الخوف أن يُقدِّم أطفالهم معلومات شخصية عبر الإنترنت إلى الشخص الخطأ (أعرب 28% من أولياء الأمور الذين شملتهم الدراسة عن قلقهم الشديد من ذلك)، فيما كانت نسبة مماثلة (24%) مهتمة بنوعية الأشخاص الذين يمكن أن يكون أطفالهم على تواصل معهم عبر الإنترنت (Ofcom, 2011, pp. 82–78). وفي استطلاع للرأي في الولايات المتحدة، كانت النسب مرتفعة للغاية؛ حيث أعرب 82% من البالغين و92% من أولياء الأمور عن قلقهم من مشاركة الأطفال لقدر كبير من المعلومات الشخصية عبر الإنترنت (Common Sense Media, 2010)[5].

يبدو أن هذه الدرجة من القلق أمر تحدده الثقافة، فعلى الرغم من وجود تباين لا يُستهان به فيما يتعلق بمخاوف أولياء الأمور بين القوميات المختلفة، في الدول الإسكندنافية - على سبيل المثال؛ إلا أن الهاجس الرئيس لنسبة تتراوح ما بين 5% – 16% فقط من أولياء الأمور فيما يتعلق باستخدام أطفالهم للإنترنت هو أنهم قد يُقابلون عبر الإنترنت أشخاصًا غرباء وخطرين (مقارنة بنسبة تتراوح ما بين 15% إلى 32%

كان همهم الرئيس هو زيارة أطفالهم للمواقع الإباحية، ونسبة تتراوح ما بين 3% و23% كان همهم الرئيس هو مقدار الزمن الذي يقضيه أبناؤهم في استخدام الإنترنت) (Staksrud, 2013).

مخاطر الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت بالنسبة للأطفال

توجد حالات كثيرة يمكن أن تؤدي إلى الإضرار بأي شخص يفصح عن معلومات خاصة به عبر الإنترنت، سواء بشكل مقصود أو غير مقصود؛ وقد أوجزت بعضًا منها لاحقًا، ولكن لا يمكن قياس الضرر الناجم في جميع هذه الحالات بسهولة، كما أن درجة خضوع كل حالة للدراسة تتباين من دولة لأخرى، ويرجع ذلك إلى اختلاف درجات الاهتمام بمصادر الخطورة المختلفة تبعًا لأسباب ثقافية (أشرنا إليها بالفعل في حالة الضواري العنكبوتية)، أو اختلاف مستويات المصادر المتاحة للبحث في البلاد المختلفة. وتأتي مخاطر متصيدي الضحايا للاعتداء الجنسي والتنمر السيبراني على رأس قائمة مخاطر استعمال الإنترنت من وجهة نظر كل من أولياء الأمور، والتربويين، والمُشرعين، والقائمين على تقنية المعلومات.

متصيدو الضحايا للاعتداء الجنسي

يوجد بعض من يعانون من مرض اشتهاء الأطفال Pedophilia الذين يستخدمون الإنترنت للبحث عن الأطفال وإغوائهم أو «استمالتهم». وفي كل مرة يُكشف النقاب عن جريمة من هذا النوع أو إحباط اعتداء من هذا

القبيل على يد أفراد الشرطة أو الصحفيين أو الجماعات المعنية، فعادة ما يرافق ذلك تغطية إعلامية واسعة النطاق وشعور مُبرر بالاشمئزاز (BBCNewsOnline,2003,2004a;Brown,2007). وبرغم ذلك، فإنني أذهب -كما فعل آخرون (d. boyd,2014;Cassell&Cramer,2007;A. E. Marwick,2008)، إلى أن رد الفعل على هذه الجرائم الصادمة يرقى إلى مستوى «الهلع الأخلاقي»، ولا يعني وصف أحد مصادر القلق بـ «الهلع» أن المشكلة ليست حقيقية، ولكنه يعني -بحسب تعريف جودي وبن يهودا للمصطلح- أن القلق لا يتناسب مع حجم المشكلة (Goode & Ben-Yehuda, 2009, p. 2).

إن من المؤكد أن صغار السن يتلقون رسائل ذات محتوى جنسي عبر الإنترنت، ولكن نتائج دراسة قامت بها شبكة أبحاث البحوث متعددة الجنسيات المعنية باستخدام الأطفال الأوروبيين للإنترنت، EUKO، إي. يو. كيدز أونلاين EU Kids Online على مستوى القارة الأوروبية للأطفال فيما بين سن الحادية عشرة والسادسة عشر؛ توصلت إلى أن النسبة التي تواجه مشكلات خطيرة هي نسبة محدودة؛ إذ لم تتلق نسبة 85% ممن خضعوا للدراسة أي رسائل من هذا النوع في العام السابق، فيما أعربت نسبة 75% من الذين أكدوا تلقيهم رسائل من هذا النوع في العام السابق أن الأمر لم يكن مزعجًا بالنسبة إليهم بينما قال نصف المجموعة التي سجلت انزعاجها من هذا النوع من الرسائل، إنهم «سرعان ما تغلبوا على هذه المشاعر»، وقالت نسبة 6% منهم إن الشعور بالضيق قد ظل مصاحبًا لهم لعدة أيام، وقالت نسبة 55% من الأطفال الذين أعربوا عن انزعاجهم أن شعورهم بالضيق كان محدودًا. ومع أن من الصعب

أن نلتزم الدقة حين نتعامل مع نسب متدنية، ولكن ما سبق يشير إلى أن طفلين من كل ألف طفل تلقّوا على مدار العام رسائل ذات محتوى جنسي سببت لهم ازعاجًا استمر لعدة أيام. ومع أن احتمال الانزعاج الناتج عن تلقي أية رسائل ذات محتوى جنسي كان أعلى في المرحلة العمرية ما بين 11–12 سنة، إلا أن نسبة 7% منهم فقط تلقّوا رسائل من هذا النوع (Livingstone, Haddon, Gorzig et al., 2011, pp. 79–82). وعلى الرغم من أن الدراسة المسحية لم تهدف إلى تحديد مصدر مثل هذه الرسائل، إلا أن أدلة أخرى تثبت أن مصدرها هم أشخاص معلومون بالفعل لدى هؤلاء المستخدمين من صغار السن. وقد كشفت دراسة أمريكية عن أن «نحو ثلاثة أرباع الشباب الذين شملتهم الدراسة المسحية لم يرسلوا معلومات شخصية عبر الإنترنت إلى أشخاص لا يعرفونهم شخصيًّا؛ وأن نسبة 5% منهم فقط قد تحدثوا عن الجنس عبر الإنترنت إلى أشخاص مجهولين» (Wolak, Finkelhor, Mitchell & Ybarra, 2008, p. 116).

وتحكي الأرقام التي كشفت عنها دراسة EU Kids Online المسحية (Livingstone, Haddon, Gorzig et al., 2011)، قصة مماثلة عن صغار السن الذين التقوا أفرادًا كانوا قد تعرّفوا إليهم لأول مرة عبر الإنترنت، فقد قال غالبية الأطفال (70% منهم) إنهم لم يلتقوا أبدًا مع أي شخص لم يكونوا قد قابلوه وجهًا لوجه من قبل. وعلى العموم، اعترف 9% من الأطفال أنهم قابلوا شخصًا ما وجهًا لوجه بعد أن تعرّفوا إليه لأول مرة على الإنترنت، ولكن ثمة تباينًا كبيرًا بين الأعمار المختلفة بالنسبة لهذه الحالة – فقد مرَّ بهذه الخبرة 15% من الأطفال في المرحلة العمرية

ما بين 15–16 سنة، ولكن هذه النسبة بلغت 2% فقط بالنسبة لمن هم بين 9 و10 سنوات، و4% لمن هم ما بين 11–12 سنة - كما كان ثمة تباين أيضًا في طبيعة الشخص الذي مروا معه بهذه التجربة، فباستثناء المرحلة العمرية ما بين 15–16 سنة، كانت أغلبية مثل هذه اللقاءات مع أصدقاء شخص آخر يعرفونه شخصيًا أو مع أحد أفراد عائلته (Livingstone, Haddon, Gorzig et al., 2011, pp. 85–87) عمومًا، لم ينتج عن مثل هذه اللقاءات أي شيء يبعث على الضيق في ثماني حالات من كل تسع (رغم أن هذه النسبة بلغت 31% في المرحلة العمرية ما بين 9–10 سنوات). ومن بين من أكدوا شعورهم بالضيق، قال النصف إنهم لم يكونوا منزعجين أو مستائين بشدة؛ لذا فمن المحتمل أن تكون نسبة الأطفال الذين مروا بخبرة باعثة على الضيق نتيجة للقاء وجهًا لوجه مع شخص تعرفوا إليه عبر الإنترنت في العام الماضي هي 05,0%.

وعند النظر إلى نتائج الدراسات المسحية في كل من الولايات المتحدة، وعبر أوروبا فإننا لا نجد اختلافًا ذا مغزى. وقد توصّل مُعِدُّو التقرير إلى أنه:

«في أغلب الحالات التي عبر أصحابها عن شعورهم بالضيق (63%) كانت المقابلة مع شخص في عمر مماثل، وفي نصف عدد هذه الحالات اصطحب الصغير أحد معارفه من المرحلة العمرية نفسها، وأخبرت الأغلبية شخصًا ما من عمر مقارب أنهم ذاهبون لمقابلة أحدهم. يشير ذلك إلى أن غالبية اللقاءات التي تحدث خارج نطاق

الإنترنت، وإن كانت باعثة على الضيق، تحدث مع أقران من المرحلة العمرية نفسها... لذا، فإنه يبدو من غير المحتمل أن يكون الإنترنت مسؤولًا عن حدوث زيادة كبيرة في احتمالات لقاء الغرباء وجهًا لوجه».

(Livingstone, Haddon, Gorzig et al., 2011, pp. 94–95)

في كل الأحوال، تظلّ مشكلة الإغواء الجنسي عبر الإنترنت مشكلة حقيقية، ولكنها أقل حدة من صورة الغريب المريض بمرض اشتهاء الأطفال الذي يتحرش عبر الفيسبوك، وهي الصورة التي كثيرًا ما تُركز عليها وسائل الإعلام. ومثلما أثبتت النتائج التي خلُصت إليها الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة فإنه لا يبدو أن شبكات التواصل الاجتماعي مسؤولة عن زيادة مخاطر وقوع الضحايا (على الأقل في عام 2007)، وأن أولئك الذين كانوا عرضة للإغواء الجنسي عبر الإنترنت كانوا أولئك المعرضين أصلًا لهذا الخطر لأسباب أخرى - «قد يكون المراهقون أصحاب السوابق في الاعتداء الجنسي أو البدني... والجنوح، والاكتئاب، ومشكلات التفاعل الاجتماعي غير المتصلة بالاعتداءات الجنسية هم أيضًا الأكثر عرضة لهذا الخطر» (Wolak et al., 2008, p. 117). قد تكون إحدى المؤشرات إلى أن القلق بشأن العلاقة بين استخدام الإنترنت من قِبل صغار السن والتعرض للاعتداء الجنسي أمر مبالغ فيه؛ هي حقيقة أن الأرقام التي أعلنت عنها الحكومة الأمريكية تُبين أن معدل الاعتداءات الجنسية من قِبل الغرباء ظلت كما هي في الأعوام من 1995 – 2005 (Chaffin & Jones, 2011, p. 5). وفي الوقت ذاته، كشفت دراسة مسحية أمريكية أخرى ركزت على وجه الخصوص على الأمان

فيما يتعلق باستعمال الشباب للإنترنت عن أن معدل الإغواء الجنسي غير المرغوب فيه - في السنوات من 2010 - 2000 وفقًا لما ذكره الأطفال من الفئة العمرية من 10-17 سنة قد انخفض إلى النصف (من 19% إلى 9% (Mitchell, Jones, Finkelhor & Wolak, 2013)). الأمر السار أكثر من ذلك هو أن النسبة الخاصة بمن هم دون سن المراهقة قد انخفضت على نحو أكثر حدة (من 12% إلى 5%)، بينما تناقصت نسبة الحوادث التي كان مصدر الإغواء فيها شخصًا سبق معرفته عبر الإنترنت من 97% إلى 68% في المدة ذاتها. ونظرًا لأن الاهتمام الرئيس لهذا الكتاب هو وسائل التواصل الاجتماعي، فإن السؤال الأهم هو: هل زاد الإفصاح عن المعلومات الشخصية عبر الإنترنت -على وجه التحديد- من خطورة الإغواء الجنسي غير المرغوب؟ وعلى الرغم من أن هذه المسألة قد تبدو محتملة من الناحية البديهية، كما أن من المؤكد أن هذا يبدو أمرًا غير مشكوك فيه بالنسبة للمهتمين بالسلامة السيبرانية؛ إلا أن العلاقة ليست واضحة - إن وُجِدَت من الأساس. فقد خلُصت دراسة مبكرة إلى أن «مشاركة المعلومات الشخصية، سواء عبر نشرها أو إرسالها بشكل متعمد إلى شخص ما عبر الإنترنت، لا ترتبط - في حد ذاتها - بشكل واضح بزيادة احتمالات الوقوع ضحية للعلاقات عبر الإنترنت، ما دمنا أخذنا في الحسبان نمط السلوك المحفوف بالمخاطر الذي يتبعه الشباب في استخدامهم للإنترنت (Ybarra, Mitchell, Finkelhor & Wolak, 2007, p. 142). وفي هذا السياق قام فولاك Wolak وآخرون - ضمن دراستهم - بإجراء مقابلات شخصية

مع 400 ضابط شرطة في الولايات المتحدة في عام 2007 عن الجرائم الجنسية المرتبطة باستخدام الإنترنت؛ وكانت المفاجآة هي أن الباحثين قد لاحظوا: «عدم العثور على حالات يقوم فيها مرتكبو الجرائم الجنسية بالإيقاع بالأطفال واختطافهم بناء على معلومات نُشرت عبر شبكات التواصل الاجتماعي» (2008, p. 117).

كما وجدت دراسة أخرى أوسع نطاقًا وأحدث عهدًا أن احتمالات التعرض لاستقبال رسائل ذات محتوى جنسي تزيد لدى الأطفال الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرهم ممن لا يستخدمونها بنسبة 46%. ومع ذلك، «فإنه لا يبدو أن تعرض الأطفال للإيذاء عبر الإنترنت يرتبط بواقعة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي» (Staksrud, Olafsson & Livingstone, 2012, p. 9)، عندما نضع في حسباننا التوزيع الجغرافي ومقدار ونوعية استخدام الأطفال لهذه الشبكات. كذلك كشفت الدراسة عن أن مجرد امتلاك صفحة شخصية عامة في حد ذاته يُزيد من فُرَص مقابلة صغار السن لآخرين، تعرفوا عليهم عبر الإنترنت، وجهًا لوجه، ولكن ليس لذلك أثر على المخاطر أو الإيذاء في حد ذاته.

وبالنظر إلى العدد الضئيل للغاية من الأطفال الذين يواجهون مصادر للأذى الجسيم، يظل من العسير الحصول على معلومات تفصيلية ذات دلالة إحصائية بشأن أنماط سلوك الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت التي تؤدي إلى أضرار جسيمة؛ لاسيما إذا كان

السلوك المحفوف بالمخاطر عبر الإنترنت -كما يرى فولاك وآخرون (2008)- من أعراض نقاط الضعف خارج نطاق الإنترنت، التي تُعدُّ السبب الرئيس لهذا السلوك الخطِر. مثلًا، لقد كشف تقرير ستاكسرد Staksrud وآخرين عن أن الأطفال الذين يُقدمون أرقام هواتفهم وعناوينهم عبر حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي كانوا أكثر عرضة لتلقي رسائل ذات محتوى جنسي، بنسبة 29% من المستخدمين الآخرين لشبكات التواصل الاجتماعي (2012, p. 7)، ولكن نظرًا لأن الكثير من رسائل التوعية بالسلامة عبر الإنترنت وتعليمات الأبوين لا تشجع هذه الممارسة، فقد يكون ذلك مجرد عَرَض لرغبة عامة للتصرف بأسلوب محفوف بالمخاطر، لا أن يكون هذا السلوك خطرًا في حد ذاته. تشير الأحاديث الدائرة في وسائل الإعلام بشأن سلامة مستخدمي الإنترنت إلى أن إفصاح المُستخدم صغير السن وقليل الخبرة عن عمره وموقعه عبر الإنترنت يُمَكِّن الغرباء من العثور عليه والاتصال به وإغوائه، ولكن كما لاحظنا في موضع سابق، فإن هذا الشكل من التحرش نادر للغاية. أما أكثر الحالات حدوثًا فهي للفتيات المراهقات اللاتي يمارسن الرذيلة - بمحض إرادتهن - مع أشخاص أكبر منهن سنًّا، ويعرفن فارق السن - قال نصفهن الفتيات بلغت النصف إنهن كن مقربات من الطرف الآخر أو على علاقة غرامية معه (Wolak, Finkelhor & Mitchell, 2004).

كما لاحظنا في بداية هذا القسم، ما من شك في أن حالات الانتهاك الجنسي والتحرش المرتبطة باستخدام شبكات التواصل

الاجتماعي موجودة؛ إذ يُقدم الإنترنت والتقنيات الرقمية عمومًا لصغار السن الأكثر عرضة للزلل، أساليبَ جديدة لاكتشاف ميولهم الجنسية، والتحرش الجنسي بالآخرين، أو ملاطفة غرباء مجهولين، ومع ذلك، ووفق ما يقوله الكثير من الباحثين حاليًا، فإن المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي - في حد ذاتها - لا تؤدي - على نحو تلقائي - إلى مثل هذه الأضرار، ولكن ما يؤدي إلى ذلك على وجه الخصوص هو أنماط السلوك التي تُتَّبَع سواء عند الاتصال بالإنترنت أو في حالة عدم الاتصال به - وهي نادرة لحسن الحظ (Holmes, 2009; Staksrud et al., 2012;Wolak et al., 2008). إننا لا نعرف على نحو كافٍ أي أنماط السلوك هي الأكثر جلبًا للخطر بالنسبة لاستخدام الإنترنت، وما الذي يؤدي بأفراد محددين من صغار السن إلى الانخراط في هذه الأنماط من السلوك إلى الدرجة، التي قد تتسبب عندها إتاحة التقنيات الجديدة المتصلة بالإنترنت إلى تفاقم المشكلات الموجودة. ومع ذلك، فإنه من المفهوم أن الطبيعة الحساسة -تحديدًا- لهذه القضية تجعل من الصعب إجراء بحث أخلاقي يُمكنه أن يُلقي الضوء على هذه التفاصيل.

التنمر السيبراني

إن مسألة التنمر عبر الإنترنت -أو «التنمر السيبراني» (cyberbullying)- تتشابه من بعض الأوجه مع التفاعل الجنسي عبر الإنترنت، كما أوجزنا فيما سبق. الأمر الجدير بالملاحظة هو أن هذه المشكلة قد تحدث في

أي مكان وفي أي عمر، إلا أنه غالبًا ما تتركز مخاوف العامة والتربويين على شيوعها بين الأطفال والناشئة. وإضافة إلى ذلك، تحدث بعض صور التنمر عبر الفضاء السيبراني بوضوح باستخدام طائفة من الأساليب عبر الإنترنت، جنبًا إلى جنب التنمر «التقليدي». وعلى الرغم من الأعداد الكثيرة للبحوث التي تتناوَل ذلك، فإن ثلاث مشكلات (على الأقل) تعترض سبيل هذا البحث. أولًا: توجد مشكلات خاصة بالتعريف والتي تنعكس -جزئيًّا- على التباين الواضح في قياسات شيوع التنمر السيبراني. على سبيل المثال، ينتقد أولويس Olweus وسائل الإعلام وبعض الباحثين (دون تحديدهم) بسبب قولهم إن التنمر السيبراني مشكلة كبرى ومتنامية، في الوقت الذي كشفت فيه دراساته المسحية في الولايات المتحدة والنرويج ما بين عامي 2006، و2010 عن أن واحدًا (أو أقل) من كل عشرين طفلًا قد اعترف بتعرّضه للتنمر السيبراني في غضون الشهرين أو الثلاثة أشهر السابقة، «وهو ما يُمثل ما بين 25% إلى 30% من مستوى التنمر التقليدي اللفظي المباشر» (Olweus, 2012, p. 9)، وتظل نسب المستويين ثابتة بشكل عام في تلك المدة رغم الاستخدام المتزايد للهواتف الجوالة الذكية وللإنترنت. ومن ناحية أخرى رد كل من هيندوجا وباتشين بناء على دراساتهما، وبناء على تحليل لأبحاث آخرين (Patchin & Hinduja, 2012)، «أن حوالي واحد من كل أربعة مراهقين قد تعرض لشكل من أشكال التنمر السيبراني» (Hinduja & Patchin, 2012, p. 2). لا ريب في أن أولويس كان يدرس الأطفال ما بين الصف الثالث والصف الثاني عشر، ولم يقتصر على

المراهقين وحدهم، وكانت أسئلته تنصب على التنمر المتكرر وحديث العهد، على حين كانت دراسات باتشين وهيندوجا تشمل حالات «نشر أحدهم لمنشور عبر الإنترنت يخص شخصًا آخرَ لا يروقه هذا النشر»، كمثال على التنمر السيبراني (Hinduja & Patchin, 2012, p. 2). ويبدو أن الدراسات المسحية الأوروبية الأشمل التي تقوم بها شبكة البحوث الأوروبية لسلامة الطفل عبر الإنترنت EU Kids Online تدعم وجهة نظر أولويس؛ فقد كشفت عن أن واحدًا من كل خمسة أطفال في المرحلة العمرية ما بين 9–16 سنة قد اعترف بأن شخصًا ما قد تصرف معه بأسلوب مؤذٍ أو خالٍ من اللياقة، وكانت نسبة من تعرضوا لذلك عبر الإنترنت 6%، وعبر الهاتف الجوال 3% فقط (Livingstone, Haddon, Gorzig et al., 2011).

ثانيًا، لم تُثبت الأبحاث بعد على نحو حاسم أن التنمر السيبراني يُمثل إضافة خطيرة أو أكثر ضررًا على نحو موضوعي بالنسبة لصغار السن من التنمر الذي يحدث بالفعل بأساليب أخرى، فمن ناحية نجد أن التنمر عبر الإنترنت لا يسمح - بطبيعته - بالتهديد المباشر باستخدام العنف الجسدي أو بالصراخ. ومن ناحية أخرى، يحدد عدد من الباحثين في التنمر السيبراني آثارًا محتملة الضرر وبعيدة المدى لحالات التنمر السيبراني المنعزلة لعدد من الأسباب التي استعرضها كوالسكي وآخرون: «فالفعل الفردي يمكن أن يُمرَّر إلى مئات الآلاف من الأطفال عبر فترة من الزمن، ومن منظور الضحية، يُمكن أن يشعر بتعرضه للتنمر المتكرر» (Kowalski, Limber & Agatston, 2008, p. 62).

«فالطفل الذي يتعرض للتنمر في المدرسة قد يشعر -على الأقل- بتحرره من التنمر الفعلي حين يكون بعيدًا عن المدرسة... فالطبيعة العمومية للتنمر السيبراني تزيد من الآثر السلبي المحتمل... وبدلًا من معرفة مَن قام بالتنمر ومَن شَهِدَه، يسير ضحايا التنمر السيبراني تائهين وغير متأكدين - في حالات كثيرة - من هوية من قام بالتنمر، وغير متيقنين - على الأرجح مِن عدد مَن شهِدوا هذا الإذلال أو من شاركوا فيه».

(Kowalski et al., 2008, p. 86) وانظر أيضًا: (Willard, 2006; Ybarra & Mitchell, 2004)

وعلى الرغم أن الإنترنت -من حيث المبدأ- وسيلة عملية لممارسة التنمر دون الكشف عن الهوية، ومع أن ثمة مَن يذهبون إلى أن: «الحجب النسبي للهوية، ونقص المعلومات الكاشفة بشأن المنزلة الاجتماعية، وإتاحة فرص السلوك المندفع قد تُزيد من احتمالات المخاطر واحتمالات التعرض للسلوك المعادي للآخرين» (Finn, 2004)، إلا أنه لا يبدو من دراسة شريدان Sheridan وجرانت Grant (2007) أن معظم حالات التنمر السيبراني تحدث -بالفعل- في ظل حجب الهوية، فقد كشفت إحدى الدراسات المبكرة عن أن نصف عدد أفراد العينة محل البحث لم يعرفوا هوية من يتنمر بهم (Kowalski & Limber, 2007)، إلا أنه يبدو أن ذلك قيمة شاذة outlier، فقد أكدت دراسات لاحقة كثيرة أن أكثر من أربعة من كل خمسة أفراد ممن يتعرضون للتنمر السيبراني كانوا يعرفون هوية المتنمر (Patchin & Hinduja, 2012, p. 27).

ويذهب أولويس إلى أنه ينبغي النظر إلى التنمر السيبراني -ببساطة- بوصفه صورة أخرى من التنمر التقليدي، ليس فقط لأنه وجد أن المعطيات في الولايات المتحدة والنرويج تكشف عن أن تسعة من كل عشرة أفراد ممن تعرضوا للتنمر السيبراني كانوا يتعرضون للتنمر أيضًا عبر الأساليب التقليدية، وهو ما نجد صداه -وإن لم يكن بالقوة نفسها- لدى دراسة باتشين وهيندوجا، اللذين وجدا أن ثلثي من تعرضوا للتنمر السيبراني في الشهر السابق قرروا تعرضهم للتنمر في المدرسة بأساليب أخرى في أثناء الفترة الزمنية نفسها (Patchin & Hinduja, 2012, p. 26).

وثالثًا، تظل الرابطة السببية بين الإفصاح عن الذات والتعرض للتنمر السيبراني أكثر غموضًا من العلاقة بين الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت والتحرش الجنسي والإساءات اللفظية. أما البحث الذي قام به ستاكسرد وآخرون عن شبكات التواصل الاجتماعي وتعرض الأطفال للإيذاء فهو أكثر إدانة - من الناحية المبدئية - فيما يتعلق بالتنمر، فبالمقارنة بالأطفال الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي؛ فإن احتمالات التعرض للتنمر لدى مَن يستخدمون هذه الشبكات تزيد بنسبة 114% عمَّن لا يستخدمونها (Staksrud et al, 2012, p. 9). ومع ذلك، وكما في حالة التحرش الجنسي الذي ذكرناه فيما سبق، ينبغي النظر إلى هذا الأمر في سياق أوسع؛ فعندما نضع في الاعتبار التوزيع الجغرافي والاستخدام الإجمالي للإنترنت وعوامل المخاطرة، لا تُعد شبكات التواصل الاجتماعي عاملًا مؤثرًا في تزايد مخاطر التنمر

السيبراني. ومثلما لاحظنا آنفًا في حالة التحرش الجنسي، لا يبدو أن الناس عمومًا يقعون ضحايا للغرباء، لذا فإن فتح محتويات صفحاتهم الشخصية على الانترنت لا يجعلها ضمن هذا المعنى المحدد أمرًا مهمًّا. ومع ذلك، فكلما زاد حجم المعلومات الشخصية التي يجعلها المرء متاحة للغير - لاسيما إذا كانت ذات طبيعة حساسة - سواء كانت متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت أو إلى أقرانهم فقط، زادت خطورة الأسلحة التي يقدمها المرء لمن قد يسخرون مما يُفصح عنه أو يقومون بإعادة نشره بين جمهور غير مستهدف.

المواطن الرقمي

إذا ما كان الأطفال هم موضع اهتمام «الموجة الأولى» من المخاوف بشأن الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت، فإنهم سيصيرون بعد مرور سنوات قليلة - كمراهقين وراشدين - موضوع «الموجة الثانية» من المخاوف والاهتمام. أحيانًا ما يُطلق على هذه المجموعة وصف «المواطنين الرقميين» (Prensky, 2001)، وبحسب وصف برينسكي Prensky، فهم أولئك الذين نشأوا في وجود الحواسيب، وألعاب الفيديو، والإنترنت، وبالتالي فإن «اللغة الرقمية» هي «لغتهم الأم» (2001, p. 1)، مقارنة بالأجيال الأكبر سنًّا الذين يوصفون بـ «المهاجرين الرقميين»، الذين يحافظون على«لكنتهم الأصلية»؛ إلى حد ما، أي، يظلون أوفياء لثقافتهم وتاريخهم (2001, p. 2). يُفترض بأفراد المجموعة الأولى أن يكونوا أكثر مهارة في استعمال التقنيات الرقمية، وأكثر نزوعًا

لاستخدامها، والأكثر أهمية بالنسبة لأغراض هذا الكتاب هو افتراض يتكرر كثيرًا بأن من غير المحتمل أن «المواطن الرقمي، الذي عاش فترة كبيرة من حياته في مجتمعات شبكية، أن ينظر إلى الخصوصية من المنظور نفسه، الذي كانت الأجيال الماضية تنظر إليها من خلاله (Palfrey & Gasser, 2008, p. 101).

أود الإشارة هنا إلى ثلاث مشكلات متميزة تنجم عن هذا التصور؛ أولًا: ثمة مشكلة تعريفية رئيسة؛ إذ تُركز الدراسات التي تتناول «الجيل الرقمي» عادة على صغار السن، ولكن منذ طُرح المصطلح فمن يمكن اعتبارهم أبناء هذا الجيل لم يعودوا صغارًا. أشار برينسكي إلى أن الطلاب الجامعيين كانوا «جيلًا رقميًا» حين صاغ المصطلح في عام 2001، ويُمثلون الآن مجموعة تقف على مشارف منتصف العمر، وإذا ما كان صغار السن ما يزالون هم الأكثر رغبة في الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت من المستخدمين الأكبر سنًّا، فإن ذلك يشير كثيرًا إلى أن مثل هذا السلوك يُمكن أن يُعزى في المقام الأول إلى المرحلة العمرية وليس إلى أي معرفة بالتقنية. وثانيًا: توجد تساؤلات أيضًا عن مدى دقة الافتراض القائل إن صغار السن يكونون مستخدمين نشطين وماهرين للتقنية، فبحسب ما يراه كل من مارويك، ودياز، وبالفري يقوم الخطاب المتعلق بالاختلافات بين الأجيال بتسطيح الخبرات المختلفة لجيل الشباب في السياقات والبلدان، والطبقات الاجتماعية، والتقاليد المختلفة» (A. E. Marwick, Murgia-Diaz & Palfrey, 2010, p. 4)؛ إذ يُرجح

أن يكون ذوو التعليم الأقل والدخل الأدنى محرومين من استعمال الإنترنت، أو يستخدمونه بشكل أقل، بغض النظر عن العمر. وتنحو الدراسات تجاه التركيز على أن الفئات العمرية الأدنى تستخدم مدى أوسع من وسائل التواصل الاجتماعي لفترات زمنية أطول من الفئات الأكبر سنًّا، إلا أن الفجوة بين صغار العمر ومتوسطي العمر آخذة في التضاؤل. مثال ذلك، أنه بينما كان 83% من المتصلين بالإنترنت من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 18–29 سنة يستخدمون فيسبوك في الولايات المتحدة بداية من أغسطس 2013، كانت هذه النسبة 79% لدى من تراوحت أعمارهم ما بين 30–49 سنة، وبلغت 60% لمن كانت أعمارهم ما بين 50–64 سنة (Brenner, 2013).

وأخيرًا، مع أن الاستخدام النشط للإنترنت يميل كثيرًا لأن يكون مرتبطًا بالإحساس بالمزيد من الثقة والمزيد من «المهارة» في الاستخدام، إلا أنه ما يزال ثمة متسع للجدال بشأن كيف يمكن أن يرتبط ذلك - بدوره - بالتعرض للمخاطر عبر الإنترنت. فمن ناحية، نجد أن الشعور بالارتياح الذي يستشعره أبناء الجيل الرقمي - وفق الزعم الشائع - عند الاتصال بالإنترنت، قد يجعلهم أكثر نزوعًا للكشف عن المعلومات عن أنفسهم عبر الإنترنت، ووفقًا لما سيلي من نقاش لاحق في الفصل السادس، فقد تعزز من هذا النزوع الضغوط التي يُمارسها النظراء الذين يستخدمون بالفعل الخدمات التي تتيح الإفصاح عن الذات وتُشجع عليه، إضافة إلى التسويق التجاري المباشر وغير المباشر لهذه الأدوات، والذي يستهدف صغار السن في المقام الأول.

من ناحية أخرى، يمكن أن يقال إن المستخدمين الأكثر مهارة هم الأكثر دراية بالأدوات والإعدادات المتوافرة والأكثر قدرة على استخدامها لحماية خصوصيتهم. ومع ذلك، فمن المحتمل أن مهارة الشباب، أو ثقتهم، فيما يتعلق باستخدام الأدوات عبر الإنترنت بالمقارنة مع الأفراد من كبار السن، قد يقابلها جزئيًا نقص نسبي في الخبرة الحياتية. على سبيل المثال، تشير دراسة قام بها فان دورسن van Deursen، وفان دايك van Dijk، وبيترز Peters (2011)، إلى أنه على الرغم من أن المستخدمين الأكبر سنًّا يكونون - بصفة عامة - أقل قدرة على البحث عبر الإنترنت من المستخدمين الأصغر سنًّا، فإنهم يكونون أكثر قدرة على تقييم نوعية المعلومات التي يحصلون عليها عبر الإنترنت، فيما خَلُصَت دراسة مقارنة عن اتجاهات الخصوصية عبر الإنترنت للفئة العمرية التي تتراوح ما بين 18–24 سنة، والفئة العمرية التي تخطى أفرادها حاجز الأربعين سنة إلى: «أن أفراد الفئة الأخيرة يكونون أكثر دراية بمسألة الخصوصية عمومًا (سواء عبر الإنترنت أو بعيدًا عنه). من هنا قد يُفسر نقص الوعي وليس نقص الاهتمام بشأن الخصوصية لِمَ يتصرف أفراد الفئة الأولى (من 18–24 سنة) على فيسبوك بلامبالاة واضحة (Brooks & Anene, 2012, p. 1).

وبالإضافة إلى ما سبق، كشفت دراسة مسحية للمراهقين في المملكة المتحدة أن من يأنسون في أنفسهم المزيد من المهارة في استخدام الحاسوب كانوا أكثر نزوعًا للمشاركة في مدى أوسع من الأنشطة عبر الإنترنت، وكلما كان مدى استخدامهم للإنترنت أوسع،

زادت المخاطر التي يتعرضون لها، بغض النظر عن مستوى المهارة التي يتمتعون بها (Livingstone & Helsper, 2010). ومن ثم يمكن لتزايد مستوى المخاطر أن يفوق أي معرفة أعمق باستخدام أدوات المراقبة والتحكم الخاصة بالاطلاع على المنشور، على الرغم من أن هذه الدراسة تحديدًا كانت تتناوَل نطاقًا واسعًا من مخاطر استخدام الإنترنت، وليس فقط تلك المرتبطة بالإفصاح عن الذات.

ماذا عن «بقيتنا»؟

الأمر المشترك بين الأطفال و«والمواطنين الرقميين» هو أنه يمكن النظر إليهم بوصفهم «آخرون»، ينبغي حمايتهم بسبب قلة خبرتهم أو توجيه الانتقادات إليهم لعدم إحساسهم بالمسؤولية. كما كان «المواطنين الرقميين» الأصغر سنًّا موضوعًا ملائمًا للدراسات الأكاديمية، نظرًا لأنه كان يسهل على الباحثين الوصول إلى هؤلاء الطلاب ودراستهم، ولكن ماذا عن مستخدمي الإنترنت الأكبر سنًّا؟

على الرغم من أن الباحثين قد وجهوا القليل من الاهتمام لدراسة هذه الفئة العمرية - بصفة عامة، فإن أفراد هذه الفئة تواجه قدرًا أكبر من الأخطار المحتملة مما يواجهه المستخدمون الأصغر عمرًا جراء القيام بالإفصاح عن الذات عبر الإنترنت، فنظرًا لأنهم عاشوا حياة أطول فإن لديهم قدرًا أكبر من المعلومات الشخصية التي قد تجلب المتاعب إذا ما كُشف عنها، وربما كان أفراد هذه الفئة قد كوَّنوا عددًا أكبر من الأصدقاء والمعارف عبر سنوات طوال،

ممن قد يقومون بنشر هذه المعلومات عنهم سواء عن قصد أو عن غير قصد. وفي بعض الثقافات، ثمة اتفاق ضمني على السماح للمراهقين ومن هم في بواكير الشباب بتجربة أمور تنطوي على مخاطرة (Erikson, 1956)، (انظر على سبيل المثال: إلى سلوك طلبة الجامعات في أمريكا أثناء عطلة عيد الفصح)، ومن ثم يمكن التجاوز عن حماقاتهم إذا ما كُشف عنها، ولكن لا يتمتع من هم أكبر سنًّا بمثل هذه الحرية. وعلاوة على ذلك، ومع تغير معايير السلوك عبر السنوات والعقود المتتالية، فإن السلوك الذي كان مقبولًا فيما مضى أو على الأقل يُمكن غض الطرف عنه، قد يصير مُدانًا. لقد رأينا ذلك بالفعل في إعادة تقييم سمعة مشاهير مثل الكاتب تي. إس. إليوت T. S. Eliot (Julius, 2003)، أو إنيد بلايتون Enid Blyton، الذي قدمت أعماله أحكامًا مسبقة فضفاضة كانت متعارفًا عليها أو على الأقل مقبولة في حينها. يرجع ظهور فيسبوك إلى عام 2004 فقط، بينما يعود الانتشار الواسع للمدونات إلى نهايات العقد الأخير من القرن العشرين؛ لذا فربما لم يجر تقييم تبعات هذه المخاطر ذات المدى الأبعد على نحو وافٍ. وفي النهاية، ونظرًا لأن المستخدمين الأكبر سنًا يشغلون وظائف أكثر أهمية، وقد يكونون متزوجين ولديهم عائلات، فإن تبعات الأذى المحتمل على وظائفهم، أو سمعتهم، أو علاقاتهم الشخصية (على سبيل المثال) قد تكون أكثر خطورة من مثيلتها بالنسبة للمستخدمين الأصغر سنًا والأقل مكانة. ثمة بعض الأدلة التي قدمها كل من نوسكو Nosko، ووود Wood، وموليما Molema (2010) عن أن الإفصاح عن

الذات عبر فيسبوك ينحسر مع التقدم في العمر؛ لذا فإنه من المحتمل أن تكون الفئتان العمريتان المتوسطة والمتقدمة أكثر وعيًا بالمشكلات المحتملة.

وكشفت دراسة مسحية أمريكية محلية عن استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي عن أن 19% منهم قد قالوا: «إنهم قد نشروا أخبارًا، وتعليقات، وصورًا، ومقاطع فيديو، شعروا لاحقًا بالندم لنشرها» (Madden et al., 2013)، كما كشفت دراسة مسحية أخرى تناولت عينة من البالغين في أمريكا عن أن 29% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي قد قالوا إنهم قد نشروا «صورة، أو تعليقًا، أو معلومة شخصية يخشون من أن تؤدي يومًا ما إلى استبعادهم من الالتحاق بوظيفة محتملة، أو فصلهم من العمل الحالي إذا ما كُشف عنها» (Findlaw, 2013). وكشفت دراسة مسحية سابقة عن أن 9,5% من المدونين الأمريكيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بتعرّضهم «لمتاعب» بسبب شيء ما كتبوه على مدوناتهم (Buchwalter, 2005). ولكن كشفت دراسة مسحية أخرى أُجريت في وقت مبكر من انتشار التدوين واعتمدت على عينة عشوائية، عن أن «36% ممن شملتهم الدراسة قد تعرضوا لمتاعب بسبب أشياء كتبوها على مدوناتهم» (Viegas, 2005). اعتمدت إجراءات جميع الدراسات السابقة على وعي أفراد العينة بأن ما كتبوه قد سبب لهم المتاعب (وعلى تذكرهم لمثل هذه الحالات)، ولكن من طبيعة التواصل غير المباشر (في معظم الأحيان) حدوث ردود الفعل السلبية من دون معرفة الكاتب. كذلك لا تُشير هذه الدراسات إلى سبب، وتكرار،

وشدة مثل هذه «المتاعب»، أو مدتها. قد يكون أحد أساليب التغلب على ندرة الإحصائيات المتاحة هو سؤال مستخدمي الإنترنت عن درجة تكرار إصدارهم لأحكام سلبية عن الآخرين بسبب ما نشروه عبر الإنترنت، ولكني لا أعلم شيئًا عن مثل هذا النوع من الدراسات، على الرغم من أن إحدى الدراسات الأحدث قد أشارت إلى أن أكثر الظواهر بغضًا من قِبل مستخدمي فيسبوك في الولايات المتحدة كانت «نشر المستخدمين لقدر كبير من المعلومات عن أنفسهم» (Smith, 2014). كما لا نعلم أيضًا مدى الضرر الذي يمكن أن يتعرض له الآخرون نتيجة للكشف عن المعلومات الشخصية من قِبل الأصدقاء والمعارف.

إن جميع مستخدمي الإنترنت مُعرضون -إلى حد ما- إلى المخاطر التي سنستعرضها فيما يلي، ولكن في كل حالة سوف أقوم باستعراض كيف يمكن للإفصاح عن الذات عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن يرتبط بزيادة المخاطر، وكيف يمكن أن تتباين الجماعات المختلفة من حيث شدة واحتمالية حدوث هذه المخاطر.

المخاطر التي يتعرض لها البالغون من جراء الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت:

الاستغلال الجنائي

إن أوضح مصادر الخطورة على البالغين هو المصدر الذي تصاحبه سوء النية، ويمكن للجرائم التي تنطوي على إساءة استخدام

الثقة أن تصير أيسر إلى حدٍّ بعيد نتيجة لإساءة استخدام المعلومات التي جُمعت من أنشطة الإفصاح عن الذات عبر شبكات التواصل الاجتماعي. قد لا يكشف الأفراد عن معلومات شخصية حساسة عن أنفسهم على نحو مباشر فحسب؛ بل إنهم قد يكشفون أيضًا - عن غير قصد - عن معلومات شخصية ذات طبيعة حساسة تخص آخرين، وكثيرًا ما يحدث أن يكشفوا عن هوية أصدقائهم (مَن يمنحونهم ثقتهم عادة). ومن أوضح الأمثلة على هذا النمط من إساءة استخدام المعلومات هو سرقة الهوية.

سرقة الهوية والاحتيال

في عام 2010 أفادت عائلة من كل 14 عائلة في أمريكا بتعرضها لسرقة هوية، وهو ما زاد عن النسبة التي سُجلت في عام 2005 بمقدار الثلث (Bureau of Justice Statistics, 2011). وعلى الرغم من أن البعض يذهب إلى أنه يصعُب تقدير الضرر المالي الذي يتعرض له مَن سُرقت هوياتهم من قِبل طرف ثالث، وقد يكون تقديره مبالغًا فيه (Florencio & Herley, 2011)، إلا أن الضيق والانزعاج المرتبطين بهذه الجريمة لا يمكن أن يختزلا في الخسائر المادية وحدها.

ومن غير الواضح إلى أي مدى يُيسر تصاعد النزوع للإفصاح عن الذات عبر الإنترنت من تزايد جرائم سرقة الهوية (وتُظهر أرقام الدراسة المسحية السابقة أن أعداد من تأثروا قد انخفضت منذ عام 2007)، ولكن شركات الأمن (Webroot, 2009)، والبنوك

(Lloyds TSB, n.d) أعربت عن مخاوفها من أن المستخدمين المهملين لخدمات شبكات التواصل الاجتماعي يعرضون أنفسهم للمخاطر، وفي أحد المؤتمرات، قال فرانك أباجنال Frank Abagnale، وهو خبير أمن في الشرطة الفيدرالية الأمريكية FBI، بدأ حياته بالقيام ببعض الجرائم الإلكترونية: «إذا أخبرتني [عبر حسابك على فيسبوك» بتاريخ ومحل ميلادك، فإنني أكون قد قطعت 98% من طريق الاستيلاء على هويتك» (Sweney, 2013).

وبمجرد قيام أحد المجرمين بالاستيلاء على هوية الضحية، فإنه لا يصير قادرًا على استخدامها من أجل الاستيلاء على أموال الضحية أو إيذائها فحسب، بل يمكنه أيضًا أن يستخدمها كوسيلة لكسب ثقة الآخرين إذا ما كُشف عن صداقات الضحية. لقد أظهرت إحدى الدراسات أنه بينما كان 16% من طلبة الجامعات راغبين في الذهاب إلى موقع غير جامعي وإدخال بياناتهم الجامعية الآمنة حين تواصلت معهم شخص مجهول يمتلك عنوانًا لبريد إلكتروني منسوب للجامعة، ارتفع عدد الراغبين في ذلك إلى 74% حين بدا أن الرسالة آتية من صديق، واستقى الباحثون معلومات عن أصدقاء المرسل إليه «بمجرد جمع البيانات المتاحة عن المعارف عبر تصفح مواقع التواصل الاجتماعي» (Jagatic, Johnson, Jakobsson & Menczer, 2007, p. 96). يترتب على ذلك، أنه حتى إذا كانت المعلومات الشخصية الموجودة عبر شبكات التواصل الاجتماعي متاحة فقط لـ«الأصدقاء»، فإن هذا قد لا يحمي المستخدمين من أخطار مُنتَحِل متمرس. وفي واقع الأمر،

فإن وهم الحماية التي تقدمها خدمات التواصل الاجتماعي قد يكون مؤذيًا في حد ذاته بقدر تشجيعه للانفتاح اعتمادًا على هذه الحماية. وكشفت إحدى الدراسات عن أنه متى قبلت عينة من مستخدمي فيسبوك صداقة أحد «الغرباء»، فإن 84% منهم يكشفون عن تاريخ ميلادهم، فيما يكشف 78% منهم عن محل إقامتهم الحالي، وغير ذلك من تفاصيل (Sophos, 2007).

جرائم تحديد الموقع

شهدت السنوات القليلة الماضية نموًا استثنائيًّا في ملكية «الهواتف الجوالة الذكية»؛ ففي عام 2013، مثلًا، كان نحو 61% من البالغين الأمريكيين (Smith, 2013)، و51% من نظرائهم الإنجليز (Ofcom, 2013) يمتلكون مثل هذه الأجهزة. وإضافة إلى ما قامت به هذه الأجهزة من تيسير (وتشجيع) الإفصاح الآني عن الذات من أي مكان، وفي أي وقت باستخدام أجهزة الكاميرا المدمجة، فإنها تقوم أيضًا - بشكل مستمر - بتعيين موضع مستخدميها بشكل مباشر، عبر أجهزة GPS المدمجة في الكثير منها، وبشكل غير مباشر؛ نظرًا لأن استخدام تقنية الواي فاي Wi-Fi عبر نقاط الاتصال الفعالة hotspots المعروفة، أو عبر مقدمي خدمة الهاتف الجوال الذين يمكن أن يحددوا مواقع المستخدمين عبر تحديد برج الإشارات اللاسلكية mast الذي يتصل به الهاتف. لا شك في أن هذه الإمكانية تكون ملائمة للمستخدمين؛ نظرًا لمساعدتها لهم في التعرف على الطريق، ولكنها

تُتيح أيضًا إمكانية تسريب المعلومات الخاصة بمواضع المستخدمين، فمن بين المستخدمين البالغين لوسائل التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة، بلغت نسبة من لديهم حسابٌ واحدٌ على الأقل يُشير إلى الموقع الذي قاموا منه بالنشر 30%، فيما استعمل 12% من مستخدمي الهواتف الجوالة خدمات «اجتماعية جغرافية» geosocial مثل فورسكوير Foursqure الذي يستهدف - في المقام الأول - التعريف بموقع المستخدم (Zickhur, 2013). إن خدمات من قبيل «الأصدقاء القريبين» Nearby Friends على فيسبوك، أو «مشاركة الموضع» location sharing، و«مشاركة الطريق» commute sharing التي كُشف عنها في السنوات الأخيرة على موقع جوجل قد تجعل الاختيار الأرجح - على نحو متزايد - هو قيام المستخدم بالكشف عن موقعه (تقوم خدمة فيسبوك ميسينجر بالفعل بالكشف عن موقعك بشكل آلي حين تستخدمها) (Dzyre, 2014). وبمجرد أن يُفعَّل ذلك، تُستخدم بيانات تحديد المكان من قبل مُقدمي هذه الخدمات لتقديم إعلانات موجهة جغرافيًا.

وعلاوة على ذلك، فحين تُلتقط الصور عبر أجهزة الجوال الذكية، فإن مكان التقاطها يكون مدمجًا في الملف نفسه - في الكثير من الحالات - ويُعرض إما بشكل آلي عبر مواقع استضافة الصور مثل فليكر Flickr أو بيكازا Picasa، والأسوأ من ذلك ألا يكون الموقع ظاهرًا بشكل تلقائي سواء لناشر الصورة أو لمن يطالعها، ولكن يمكن التعرف على الموقع بمجرد تحميل الصورة (Greenberg, 2010). وكما أشار الناشطون إلى أن استخدام مواقع

من قبيل /http://pleaserobme.com/ وhttp://icanstalku.com/، التي تُشير إلى موقعك في أوقات متباينة يمكن أن تمكِّن الآخرين من استنتاج محل إقامتك ومحل عملك، والتنبؤ بالمكان الذي ستكون فيه، والمكان الذي تكون موجودًا فيه حين تقوم بالنشر، لمعرفة أين لم تكن موجودًا (مثال: عدم وجودك بالمنزل يمنح الفرصة لزيارة اللصوص).

المطاردة والمطاردة عبر الإنترنت

تُعرَف المطاردة stalking بأنها «السلوك الذي يقوم فيه الفرد - بشكل متكرر- بالتطفل والتواصل غير المرغوب مع غيره، للدرجة التي تشعر فيها الضحية بالخوف على سلامتها» (Purcell, Pathé & Mullen, 2004)، وتحدث المطاردة السيبرانية cyberstalking - بشكل عام - عندما يستخدم هذا الاختراق وسيطًا تقنيًّا رقميًا بشكل ما (Maple, Short, Brown, Bryden & Salter, 2012). قد يتداخل هذا التعريف مع التنمر السيبراني. وفي واقع الأمر، فإن دراسات «المطاردة السيبرانية» يمكن أن تستخدم حالات التنمر السيبراني كدليل (مثال ذلك: Sheridan & Grant, 2007)، ولكن على حين ينطوي التنمر على نية سيئة، يمكن أن تكون المطاردة الالكترونية أوسع مدى، وتتضمن سلوكًا يتصف صاحبه بالهوس، لا يُقصد منه إيذاء الضحية (رغم ذلك تتعرض الضحية للإيذاء). ومع أن المرء يمكن أن يمر بتجربة التنمر في أي عمر (كأن يكون ذلك في العمل)، يغلب على مناقشة التنمر السيبراني التركيز على الأطفال في عمر المدرسة وسن البلوغ.

من غير الواضح مدى انتشار الملاحقة السيبرانية، فقد كشفت دراسة بعدية غطت مختلف صور المطاردة (Spitzberg & Cupach, 2007) أن 25% من أفراد العينة قد تعرضوا لها في مرحلة ما من حياتهم، إلا أن حجم المطاردة السيبرانية ضمن هذا الرقم لم يكن واضحًا (وحدث الشطر الأكبر منها - بالطبع - قبل إتاحة التقنيات الرقمية للمطاردة السيبرانية)، ولكن لا يتوافر الكثير من بيانات الدراسات المسحية عن الملاحقة السيبرانية التي تُغطي البالغين من غير طلبة الجامعات. وعلى الرغم من ذلك، خلُص شريدان وجرانت (2007) Sheridan and Grant إلى أنه حتى وإن كانا قد أجريا دراستهما عبر الإنترنت، فإن 7% فقط ممن شملتهم هذه الدراسة تعرضوا للمطاردة، وكان ذلك عبر الإنترنت وحده، إضافة إلى نسبة 5% إضافية تحوّلوا من المطاردة الفعلية إلى المطاردة عبر الإنترنت. قام الباحثان بعمل استبيان عبر الإنترنت عن المطاردة عن طريق الإنترنت وخارجه، وربطاه بالشبكة الوطنية للنجاة من المطاردة Network for Surviving Stalking في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وأستراليا، وجمعا إجابات 1261 فردًا، بينما تلقّى مابل، وشوورت، وبراون (Maple, Short & Brown, 2011) إجابات 353 فردًا من دراسة مسحية مُستقاة من موقع الشبكة الوطنية للنجاة من المطاردة. كشفت الدراستان عن أن ضحايا المطاردة كانوا في منتصف العمر، فوجدت الأولى أن متوسط أعمار الضحايا كان 30 سنة، بينما وجدت الدراسة الأخرى أن النسبة الأكبر ممن خضعوا للدراسة كانت أعمارهم تتراوح ما بين 30-39 سنة؛ ما يشير إلى أن التركيز

-في هذه الحالة- على صغار السن بوصفهم الأكثر عُرضة لمخاطر الملاحقة سيكون مُضللًا.

وفي حين كشفت دراسة بعدية لأشكال الملاحقة كافة أن 80% من المطارَدين كانوا معروفين لمن يطاردهم، وأن نصف عدد حالات المطاردة تقريبًا كانت تتم على خلفية «علاقات عاطفية» (Spitzberg & Cupach, 2007, p. 70)، وجدت دراسة شريدان وجرانت (2007) أن «المطاردة السيبرانية البحتة [الخالية من أي مكون خارج نطاق الإنترنت] كانت تُرتكب على نحو أقل من قِبَل الطرف الآخر في العلاقات السابقة، وعلى نحو أكثر من قِبَل المعارف والغرباء». كما وجد مابل وآخرون (2011) اختلافات أكثر جذرية بين مَن تعرضوا للمطاردة السيبرانية (سواء اقتصر الأمر على ذلك أو امتد إلى خارج نطاق الإنترنت)، والشكل النمطي لمطاردة الضحية، حيث أفاد 21,7% من أفراد العينة بتعرضهم للمطاردة من قِبل الغرباء، بينما كانت نسبة من تعرضوا لذلك السلوك من المعارف 20,4%، فيما أفاد 16,4% أنهم لا يعلمون شيئًا عن علاقتهم بمن قام بمطاردتهم.

يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، وغيرها من الأماكن التي يمكن أن يتم من خلالها الإفصاح عن الذات أن تكون سُبلًا للمطاردة السيبرانية في حد ذاتها، ولكن الإفصاح عن الذات -في حد ذاته أيضًا- يمكن أن يُمثل مصدرًا للملاحقات المستقبلية سواء كانت عبر الإنترنت أو خارجه، ولهذا الأمر أهمية خاصة لدى الغرباء أو المعارف الذين

قد يستخدمون المعلومات المتاحة عن العادات أو الهوايات أو أماكن التحرك كوسيلة لتعقب ضحاياهم. وبمجرد أن تبدأ المطاردة، كثيرًا ما يُنصح بألا يترُك الضحية خلفه آثارًا واضحة سواء على المستوى المادي أو الإلكتروني، ما يجعل من عملية المطاردة مستنزِفة للوقت والطاقة (Spitzberg & Cupach, 2007, p. 73)، ومع ذلك، ووفقًا لما يُشير إليه ماير–شونبرجر (2009) Mayer–Schonberger، وبحسب ما سوف نُلاحظ لاحقًا في الفصل الخامس، قد يصعُب على المرء أن يمحو آثاره الرقمية بعد أن يكون قد نشرها، كما أن ثمة تكاليفَ اجتماعية باهظة للانسحاب من الفضاءات الأكثر شيوعًا عبر الإنترنت. وعلى أي حال، وحتى إذا لم تُنشر معلومات شخصية مُحدَّثة، فإن أنماط سلوك الضحية تكون قد حُدّدت عمليًا.

الإضرار بالوظيفة

بحسب ملاحظتنا في الفصل التمهيدي، توجد أمثلة كثيرة لأفراد فقدوا وظائفهم؛ لأن رب العمل شَعُرَ بالإهانة مما قد نشروه. لكن لم يتم قياس مدى هذه الظاهرة بعد، إلا أن دراسة مسحية في المملكة المتحدة كشفت عن أن 8,7% من الموظفين قد أقروا بأنهم «سلبيون للغاية بشأن بيئة العمل» على مواقع التواصل الاجتماعي، فيما كان الاتجاه ناقدًا –على نحو ضمني– لدى 9,12% آخرين (myjobgroup.co.uk, 2010, p. 5). ووفقًا لتقرير صدر في عام 2012، فإن نحو 60% من الشركات كانت تنتظر الحصول على برنامج لمراقبة خرق سرية العمل عبر وسائل

التواصل الاجتماعي (وغير ذلك من أنماط سلوك قد تُعد مثيرة للمشكلات) بحلول عام (Gartner, 2012) 2015. وعلى الرغم من أنه يُمكن أن يُفصل الموظفون أو يُعاقبوا في حالة انتقاد رب العمل، إلا أن مثل هذه الحالات قد تكون فقط هي الأوضح والأكثر تطرفًا ضمن أخطار أوسع نطاقًا متعلقة بالعمل يتعرض لها مَن يفصحون عن الكثير من المعلومات عن حياتهم عبر الإنترنت. كما تتم أيضًا مراقبة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي من قِبَل مسؤولي إدارات القبول بالجامعات؛ فوفقًا لإحدى الدراسات المسحية التي أُجريت في عام 2012، قام 26% من هؤلاء المسؤولين في الولايات المتحدة بمراجعة الحساب الشخصي للمتقدم على وسائل التواصل الاجتماعي، ووجدوا أن ثمة ما يؤثر سلبًا في فرص هؤلاء المتقدمين للالتحاق بالجامعة في 30% من هذه الحالات (Kaplan Test Prep, 2013). ومثلما يحدث في حالة العديد من الأشكال الأخرى للمخاطر المتعلقة باستخدام الإنترنت، والتي سوف نستعرضها لاحقًا مثل الإضرار بالسمعة والعلاقات، يُمكن أن يلحق الضرر بمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من دون أي وعي منهم بذلك. يحدث ذلك حين لا يتم توظيفهم، أو التجاوز عن ترقيتهم، أو عدم حصولهم على أية مميزات أخرى في العمل نتيجة للانطباع السلبي الذي يسببه فحص حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي؛ وبدون أن يُذكر هذا السبب صراحة.

أما استخدام إعدادات حماية الخصوصية التي تُقدمها الكثير من خدمات وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها «حلولًا» تقنية لمشكلة

الإفصاح غير الملائم عن الذات، فقد لا يكون مُجديًا في هذه الحالة؛ نظرًا لوجود أدلة على أن بعض أرباب العمل المحتملين يطلبون من المتقدمين للالتحاق بالوظائف كلمة المرور الخاصة بحساباتهم على فيسبوك، وبالتالي يصبحون قادرين على الاطلاع على المحتوى الذي يُقصد به أن يكون مخفيًا (Sullivan, 2012). وفي واقع الأمر، وإذا كانت أدوات التحكم في الخصوصية تُشجع على المزيد من الإفصاح، ووُجِدَت الأدلة التي تثبت ذلك (Brandimarte, Acquisti & Loewenstein, 2013)، فإنها قد تؤدي فعليًّا إلى تعريض مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي إلى المزيد من مخاطر فقْد فُرص التوظيف. يعتقد الكثير من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي - 43% من الأمريكيين الذين خضعوا للدراسة على سبيل المثال (cross-tab, 2010)، و81% من البريطانيين الذين خضعوا للدراسة (myjobgroup.co.uk, 2010)- أن مسؤولي التوظيف لا ينبغي لهم أن يبحثوا في حساباتهم، ومن غير الواضح ما إذا كان الجمهور يعتقد بأنه لا يحق لأصحاب العمل أن يفعلوا ذلك.

قد يُخفق المستخدمون في تقدير أثر حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي -إذا ما تمت متابعتها- في قرارات التوظيف؛ و«على الرغم من أن 70% من مسؤولي التوظيف في الولايات المتحدة قد رفضوا مرشحين لتولي وظائف بناء على معلومات متاحة عنهم عبر الإنترنت، اعتقد 7% فقط من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في أمريكا أن المعلومات المتاحة عنهم قد أثرت في قبولهم أو عدم

قبولهم بالوظائف (cross–tab, 2010, p. 5)، فيما «لم تشعر نسبة كبيرة من العينة محل البحث (تراوحت ما بين 30% إلى 35% بحسب الجنسية) أن سمعتهم عبر الإنترنت يُمكن أن تؤثر سواء في حياتهم الشخصية أو المهنية» (المرجع السابق، p. 3).

وفي واقع الأمر، تكشف الدراسات المسحية عن أن أرباب العمل المُحتملين قد أقروا بأنهم قد تأثروا -سلبًا وإيجابًا- برؤيتهم للحسابات الشخصية التي رأوها على شبكات التواصل الاجتماعي (Careerbuilder, 2009; cross–tab, 2010; YouGov, 2007) وكشفت دراسة تجريبية واحدة -على الأقل- استخدمت طلاب السنوات النهائية في إدارة الأعمال بوصفهم أرباب عمل، عن أن المُتقدمين المحتملين الذين امتلكوا حسابات (وهمية) تعرض صورًا لهم وهم يمارسون سلوكًا مستهترًا في مواقع العمل (Bohnert & Ross, 2010, p. 343)، يُنظر إليهم بوصفهم أقل التزامًا ناحية العمل، وتضاءلت فرص توظيفهم، وإذا تم توظيفهم فإنهم يوضعون ضمن الشرائح الأدنى من الأجور؛ في حين كان الأمر المثير للاهتمام هو أن من ظهرت حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار عائلي، أو في صورة مهنية جادة، كانت فُرص حصولهم على الوظيفة أكبر من نظرائهم الذين لم يُمكن جمع أية معلومات عنهم خلاف ما قدموه في سيرهم الذاتية.

تحظُر قوانين منع التمييز في الكثير من البلدان، ومنها الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، التمييز فيما يتعلق بالحق في العمل

على أساس «الخصائص المحمية» protected characteristics مثل العمر، والإعاقة، والعِرق، وتُحرم الإشارة إلى مثل هذه الخصائص في المقابلات الشخصية إلا في الحالات التي يمكن أن ترتبط فيها -على نحو غير مباشر- بالأداء في العمل. ومع ذلك، يمكن الكشف عن هذه الخصائص في أثناء البحث عبر الشبكة العنكبوتية، وهو ما قد يؤدي إلى التمييز، إلا أن ذلك لا يعني -في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة على الأقل- تجريم قيام أرباب العمل بمثل هذا البحث، وما يحدث هو منعهم فحسب من التصرف على نحو غير ملائم بناء على هذه المعرفة.

تزايدت كذلك المخاوف داخل قطاع خدمات التواصل الاجتماعي من احتمال حدوث «التنمر السيبراني» في أماكن العمل والمرتبط بهذه الخدمات (Broughton,Higgins, Hicks & Cox, 2012)، وهو سلوك شبيه بما ناقشناه سابقًا عما يظهر بين أطفال المدارس والمراهقين، ولكنه - هذه المرة - بين البالغين، إذ تشير الأبحاث إلى أن ما بين 10% إلى 15% من العاملين في الولايات المتحدة وأوروبا قد تعرضوا للتنمر بطريقة أو بأخرى (Einarsen, 2011)، ولكن توجد ندرة بالغة في الأبحاث التي تتناول التنمر السيبراني في الوقت الحالي، وغياب كامل للدراسات التي تربط التنمر مباشرة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومن ثم يصعب تقدير مدى المخاطر ذات الصلة في هذا السياق أو طبيعتها.

الاستغلال التجاري

إن جميع منصات التواصل الاجتماعي الرائدة تديرها مؤسسات ربحية، لا تتقاضى رسومًا من مستخدميها، وبالتالي تحصل على دخلها - في المقام الأول - من المُعلنين. وتزعم الشركات المسؤولة عن وسائل التواصل الاجتماعي تحديدًا، بأنها قادرة على تقديم إعلانات عالية الدقة من حيث الاستهداف؛ نظرًا لقدرتها على الاستفادة من رغبة المستخدمين في الإفصاح عن السمات الشخصية وأنماط السلوك كلما قاموا بالتفاعل عبر الموقع.

بالطبع، قد يكون هناك منافع للشركات التي تتلقى قدرًا أكبر من المعلومات عن المستخدمين من أجل استهدافهم بشكل أفضل عبر الإعلانات، وهو ما تُصر مبادرة المعلنين عبر الإنترنت Network Advertising Initiative على الإشارة إليه: /http://www.networkadvertising.org. قد تكون الإعلانات الموجهة على نحو أفضل ذات أهمية أكبر بالنسبة للمشاهدين، وربما تجلب للمواقع التي تنشرها المزيد من المال، فتمكنها من تقديم محتوى وخدمات أكثر جاذبية. ومع ذلك، وحتى حين يكون استهداف الإعلان دقيقًا، فقد لا يُحقق دائمًا المصلحة القصوى لمتلقي مثل هذا الإعلان، فوفقًا لملاحظة جانجاد هاران Gangadharan (2012) - على سبيل المثال، وُجهت الإعلانات عن القروض العقارية عالية الفوائد، وغير المناسبة قبل حدوث أزمة الرهن العقاري - على نحو فعال - إلى الأقليات العرقية في الولايات المتحدة، وتم ذلك - بشكل

جزئي - عبر الإنترنت. وقال ويد هيندرسون Wade Henderson، رئيس مؤتمر القيادة للحقوق المدنية وحقوق الإنسان في الولايات المتحدة The Leadership Conference on Civil and Human Rights: «على الرغم من أن البيانات الضخمة تتسبب في حدوث ثورة نحو الأفضل في مجالي التجارة والخدمات الحكومية، أنه يزيد من احتمالات حدوث التمييز إلى حد كبير» (Smith, 2014).

ويُمكن للبيانات المستقاة من وسائل التواصل الاجتماعي أن تستخدم لتصنيف البعض بوصفهم «مواطنين من الدرجة الثانية»، على الأقل من الناحية المالية، بسبب التصورات عن جدارتهم للحصول على قروض أو عضويتهم في جماعات غير مرغوبة. عندما كان سكان المناطق «الفقيرة» يجدون صعوبة في الحصول على قروض كان ذلك يُعرف بـ «الخط الأحمر الائتماني» redlining، والآن لدى الشركات طائفة أوسع من العوامل المتاحة لها والتي يمكن من خلالها التمييز بين الأفراد، ومن ثم ظهر مصطلح جديد هو «خط الشبكة العنكبوتية الأحمر» weblining (Andrews, 2012; Stepanek, 2000). ووفقًا لملاحظة ستيبانيك Stepanek، فإن تصنيف المستهلكين وفق حزمة من الخصائص قد «يجمع أنماط التحيز والقيود الفكرية على مصممي البرمجيات وعلى المستخدمين في بوتقة واحدة؛ إذ لن يرغب جميع المستخدمين من الطبقة الدنيا أو الوسطى في مشاهدة أفلام الحركة باستمرار» (2000). إلا أن التمييز قد لا يكون الأساس للفئات المصنفة من قِبل البشر، ففي مجال «البيانات الضخمة»،

يتم تصنيف المجموعات - على نحو متزايد - باستخدام متلازمات خوارزمية. وبعبارة أخرى، فقد لا يُرفض طلبك للحصول على قرض بسبب سُمرة البشرة، ولكن لأن أنصار اليسار - مثلًا - الذين يملكون حيوانات أليفة لا يملكون سجلًا ائتمانيًّا جيدًا، وفي هذه الظروف، يصير من الصعب - على نحو متزايد - أن تعرف أي معلوماتك مهمة وأجدر بالحماية. وكما في الحالات الأخرى للتمييز بالطبع، قد يكون الضحايا غافلين عما يحدث.

وفي بعض الأحيان يُمكن أيضًا للإعلانات الموجهة بدقة وغير التمييزية أن تؤدي - في حد ذاتها - إلى الأذى. وعلى سبيل المثال، استخدمت تارجت Target - سلسلة متاجر أمريكية - معرفتها بأنماط استهلاك المتسوقات لتحديد مدى احتمال حدوث حمل لهن، ونتج عن ذلك، أن تلقت مراهقة لم تُخبر والديها بأمر حملها، من المتجر دليلًا للسلع وقسائم شراء خاصة باحتياجات الطفل، وقد شاهد والدها هذا الدليل (Duhigg, 2012). وفي واقع الأمر، يمكن لمثل هذه الممارسات أن تكون - كما في المثال السابق - ضارة سواء كانت البيانات التي تحركت بناء عليها الشركة دقيقة أم لا. وفي الولايات المتحدة عُثر على سماسرة بيانات يقومون بجمع معلومات سكانية من مدى واسع من المصادر، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي (بالتعاون معها وأحيانًا من دون هذا التعاون)، ويبيعون قوائم لأسماء أشخاص حددت شركاتهم أنهم «ضحايا للاغتصاب» أو «مرضى بالإيدز»، أو «مدمنون للكحول» (Hill, 2013).

المراقبة الحكومية

ليست المواقع التي تُتيح الإفصاح عن الذات وتخزين ما يتعلق به هي الوحيدة القادرة على الوصول إلى هذا المحتوى، بغض النظر عن إعدادات الخصوصية؛ إذ يمكن للحكومات في ظل ظروف محددة أن تجمع أيضًا بيانات عن مواطنيها (وعن آخرين من خلال ما يُكشف عنه عبر هذه المواقع. وكما في حالة الاستغلال التجاري للبيانات المتاحة عبر الإنترنت، فإن لهذه الممارسة فوائد كبيرة، إلى جانب المآخذ، فقد تُساعد مراقبة خدمات التواصل الاجتماعي من قِبل أجهزة الشرطة والاستخبارات على الوصول إلى المجرمين والإرهابيين (BBC News Online, 2009)، كما قد يقوم مَن هم في مواقع صنع القرار بجمع آراء المواطنين التي يبدونها عبر الإنترنت بشأن السياسات المثيرة للجدل من أجل الاستجابة - على نحو أكثر فاعلية - لآراء الناس (Wandhofer, van Eeckhaute, Taylor & Fernandez, 2012). ومع ذلك، ثمة قدر لا بأس به من إساءة استخدام مثل هذه السلطات، سواء من قِبل الأنظمة الشمولية أو من قِبل الحكومات المنتخبة ديمقراطيًا.

وفي حالة الأنظمة الشمولية، تكون احتمالات إساءة الاستخدام واضحة، فعلى الرغم من أن الاصطفاف السياسي والتعبير عن الرأي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يُعدان عاملًا مهمًّا في قيام ثورات الربيع العربي (Farrell, 2012; Howard & Hussain, 2011)، إلا أنه حتى المعلومات المحايدة سياسيًا مثل شبكات الأصدقاء قد تُجمع ويُساء

استخدامها من قِبل الحكومات لقمع المعارضين. وكما يُشير موروزوف، «كلما زادت الارتباطات التي تستطيع تحديدها بين النشطاء، كان ذلك أفضل بالنسبة للأنظمة [الاستبدادية]» (Morozov, 2011, p. 83). وتسمح بعض الخدمات مثل بلوجر Blogger، بالاستخدام من خلال «أسماء مستعارة»، وعلى الرغم من ذلك، ووفقًا لما سوف نناقشه لاحقًا في الفصل السادس، ثمة تأكيد متزايد بين مواقع التواصل الاجتماعي على تشجيع المستخدمين أو حتى حملهم على تعريف أنفسهم، وحتى حين يكون مسموحًا باستخدام هذه الخدمات تحت أسماء مستعارة، فكثيرًا ما يكون القائمون على هذه الخدمات قادرين على تحديد هؤلاء المستخدمين - سواء لأنهم يطلبون منهم قبل التسجيل تقديم معلومات شخصية مثل عنوان بريد إلكتروني فعلي، أو لأنهم يجمعون عناوين البريد الإلكتروني للمستخدمين عند دخولهم إليها.

إضافة إلى ذلك يمكن للحكومات أن تطلب من مقدمي خدمة الإنترنت تسليم مثل هذه المعلومات أو تجبرهم على ذلك، وثمة أدلة على الاستجابة لمثل هذه الطلبات حتى في الحالات التي لا يكون فيها المقر الرئيس للمؤسسة المستضيفة موجودًا في هذا البلد الشمولي، وحين لا تتبنى هذه المؤسسة قيم هذا البلد. وعلى سبيل المثال، فقد سلمت إدارة ياهو Yahoo سجلات البريد الإلكتروني للمنشقين الصينيين إلى الحكومة الصينية (MacAskill, 2007). وقد يكون الدافع وراء هذه الاستجابة الخوف على الموظفين المقيمين في هذه الدول الشمولية أو لمجرد الرغبة في عدم خسارة فرص تحقيق الأرباح.

وُجهت التهم كذلك إلى الأجهزة الأمنية في الدول الديمقراطية بالمراقبة واسعة المدى للإنترنت ولوسائل التواصل الاجتماعي. لقد منحت حكومات مثل الحكومة الأمريكية ونظيرتها البريطانية صلاحيات واسعة لجمع البيانات من الإنترنت بهدف منع الجرائم الخطيرة وجرائم الإرهاب، ولكن حجم أعمال المراقبة كان مدهشًا للكثيرين، ففي الولايات المتحدة، ثارت المخاوف في عام 2002 حين كشفت صحيفة نيويورك تايمز عن مشروع بحثي سُمي بـ «الوعي الشامل بالمعلومات» Total Information Awareness، وكان مُصممًا لجمع بيانات شخصية وللبحث عن أنماط السلوك المثير للريبة (Markoff, 2002).

بعد تصاعد موجة من القلق العام، أوقف البرنامج في العام التالي، ولكن تشير التسريبات اللاحقة إلى استمرار برامج مشابهة. وفي عام 2013 تلقت هيئة الأمن القومي الأمريكي إفادة من مُبَلِّغ عن مخالفات، هو إدوارد سنودن Edward Snowden، الذي اكتشف -من بين أشياء عديدة- وجود برنامج يُسمى بريزم PRISM، والذي يبدو أنه قد جمع بيانات بشكل مباشر من سيرفرات (خوادم) حواسيب شخصيات مؤثرة على شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها فيسبوك (Gellman & Poitras, 2013). وُجهت اتهامات إلى أجهزة استخبارات أخرى بالقيام بمثل هذه الأعمال، وأثبتت الأدلة أن الكثير من هذه الأجهزة تتبادل البيانات الناتجة عن المراقبة مع بعضها بعضًا (Nyst, 2013). لا ريب في أن الرقابة على مثل هذا المستوى تتميز بالقدرة على الحصول على قدر هائل من البيانات

الشخصية عبر رسائل البريد الإلكتروني وغيرها من تطبيقات الإنترنت الشائعة، ولكن من المؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي تضيف الكثير إلى حجم المادة المتاحة عن شخصية المرء؛ نظرًا لأنها تُمَكِّن من تداول هذا النوع من المعلومات وتُشجِّع عليه.

الأضرار البينشخصية

من بين سائر المصادر المحتملة للأذى التي يمكن أن تنتج عن مشاركة المعلومات الشخصية عبر الإنترنت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ربما يكون المصدر الأكثر شيوعًا هو الخلافات وأنماط سوء الفهم الاجتماعية البسيطة. لا ريب في أن أنماط سوء الفهم يمكن أن تحدث في جميع أشكال التفاعل الاجتماعي، ولكنني أذهب في الفصول التالية إلى أن ثمة جوانب مهمة في الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت قد تجعل من حدوث مثل هذه الخلافات وأنماط سوء الفهم أكثر تكرارًا. قد تكون تبعات الكثير من ذلك محدودة، ويمكن التغاضي عنها بسهولة، أو نسيانها، أو معالجتها وحلها بدون ضرر دائم، إلا أن التبعات يمكن أن تكون - دون شك - دائمة في بعض الأحيان، وتؤدي - على سبيل المثال - إلى قطع العلاقات وتقويض أواصر الصداقة ففي إحدى الدراسات المسحية التي أجريت على مستوى خمس دول، كانت أكثر التبعات السلبية بروزًا بالنسبة للأنشطة الخاصة بالإنترنت هي فقدان الأصدقاء، فقد جاء ذكر هذه المشكلة

على ألسنة نصف أفراد عينة الدراسة تقريبًا ممن أفادوا تعرضهم لمشكلات (Brackenbury & Wong, 2012, p. 54).

ومع أنه توجد دراسات تتناول كيفية حدوث هذه المشكلات الخاصة بالعلاقات وأسبابها، سواء من حيث المبدأ أو في مواقف محددة، إلا أنه لا يوجد إلا القليل -للأسف- من بيانات الدراسات المسحية لقياس مدى انتشار مثل هذه المشكلات التواصلية «اليومية»، ولم تسع أي من الدراسات إلى سبر غور المدى الذي يمكن أن يتفاقم معه عدد مرات حدوث مثل هذه المشكلات ودرجة شدتها، نتيجة للاستخدام المتزايد لأشكال التواصل عبر الإنترنت. وعلى أي حال سيصعب القيام بمثل هذه الدراسات نتيجة للمدى الواسع من التفاعلات السلبية المحتملة ووفرة الساحات المتاحة على الإنترنت للقيام بهذه التفاعلات.

تنزع الدراسات التي تتناول الأضرار المحتملة للإفصاح عن الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بخلاف تلك المرتبطة بنشر المعلومات الكاشفة عن الشخصية، إلى التركيز على «المعلومات المسببة للوصمة» (Nosko et al., 2010). ويُعرِّف جوفمان Goffman الوصم بالعار Stigmatising بأنه عملية رفض شخص ما بسبب اتصافه بصفة غير مرغوبة، ويقترح ثلاثة مصادر للوصم هي: العاهات الجسدية، والنقائص الشخصية، والوصمة القبلية التي تتعلق بالعرق، أو الجنسية، أو الدين (1963b, p. 4).

ونظرًا للمدى الواسع من المواد التي يمكن أن تُستخدم لوصم الأفراد عبر تعريفهم من خلال مثل هذه الصفات، يكون تحديد هذه

المواد - بالضرورة - شديد الاتساع أيضًا. وعلى سبيل المثال، تضمن تحليل نوسكو Nosko وآخرين عوامل من قبيل «المعتقدات الدينية، والآراء السياسية، وسنة الميلاد، والتوجه الجنسي، والصور، والأصدقاء المتاح رؤيتهم عبر الحساب، والاهتمامات، والأنشطة والموسيقى والأفلام وعروض التلفاز والكتب والاقتباسات المفضلة، إضافة إلى نافذة (من أنا)» (2010, p. 410). يُدلل هذا الاتساع الشديد على مدى صعوبة التنبؤ بأي جوانب حياة المرء المعروضة عبر الإنترنت يُمكن أن يُسبب وصم الفرد سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

وإضافة إلى الوصم، تشير دراسات أخرى لأساليب مختلفة يمكن من خلالها أن يلحق الضرر بالعلاقات البينشخصية من خلال الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت. فتشير إحدى الدراسات أن فيسبوك «قد يكون مسؤولًا عن خلق مشاعر الغيرة والشك في العلاقات العاطفية»؛ لأن «استخدام فيسبوك يُعرِّض الأفراد لمعلومات كثيرًا ما تكون غامضة عن الطرف الآخر لم يكن ممكنًا اكتشافها لولا هذه الوسيلة (Muise, Christofides & Desmarais, 2009, p. 441). وأشارات دراسة مسحية أخرى أُجريت على نطاق محدود (شملت العينة 205 أفراد)، أن استخدام فيسبوك يرتبط بتقويض العلاقات، خاصة بسبب «الخلافات المرتبطة بفيسبوك» (Clayton, Nagurney & Smith, 2013). وكشفت المقابلات الشخصية لجيرشون Gershon مع الطلاب عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حين انفصلوا عن الطرف الآخر في علاقة رومانسية أنهم:

«أكدوا أن فيسبوك قد أمدهم بالمعلومات الكافية كي يثير فضولهم، وويستمرون بالبحث، ولكنهم لم يعثروا أبدًا على القدر الذي يجعلهم يشعرون بالرضا، كما لم يكتسبوا أبدًا تبصرًا كافيًا لمعرفة نوايا الآخرين أو رغباتهم. ففيسبوك يسمح لك بمعرفة أن ثمة خطرًا محتملاً على علاقاتك، ولكن شَعَرَ من قابلتهم أن فيسبوك لا يمنحهم قدرًا كافيًا من المعلومات لتقييم ذلك الخطر».

(Gershon, 2011, p. 888)

ارتبط استخدام فيسبوك أيضًا بالحسد، ففي دراسة مسحية عبر الإنترنت لطلاب الجامعات الألمانية: (Krasnova, Wenninger, Widjaja & Buxmann, 2013) (شملت العينة 357 فردًا)، أعربت قلة قليلة (1,2%) عن شعورها بمشاعر الحسد بعد استخدام فيسبوك، ولكن حين نُوقشت مشاعر «الآخرين» بالإحباط والفشل بعد استخدام فيسبوك، عزا 29,6% منهم ذلك إلى مشاعر الحسد، فيما قال 36,4% منهم شملتهم الدراسة إنهم قد شعروا بالإحباط والفشل أحيانًا أو كثيرًا عقب استخدام فيسبوك. وعلى حين قال 71% من أفراد عينة الدراسة إن آخر مرة راودتهم فيها مشاعر الحسد كانت بسبب لقاء شخصي مباشر، وقال 21,3% إن مثل هذا الشعور راجعٌ إلى شيء قد قرأوه على فيسبوك. بالمثل كشفت دراسة مسحية لـ425 طالبًا جامعيًّا في الولايات المتحدة عن أن من يقضون وقتًا أطول على فيسبوك ينزعون للاعتقاد في أن الآخرين أكثر سعادة، ويتمتعون بحياة أفضل منهم (Chou & Edge, 2012). وينوه كل من تشو وإيدج Chou & Edge

بناء على دراسة تيدويل Tidwell ووالثر Walther (2002)، ودراسة كل من والثر، وفان ديرهايد Van Der Heide، وكيم Kim، وويسترمان Westerman، وتونج Tong، وآخرين (2008) (سنعود إليهم لاحقًا في الفصل التالي)، إلى أن:

«مستخدمي وسائل التواصل عبر الحاسوب يُمكنهم أن يقوموا بتوظيف العديد من التقنيات لتعظيم قدرتهم على تقديم أنفسهم، وتوطيد العلاقات المرغوبة، من قبيل إنفاق المزيد من الوقت والكثير من الجُهد المعرفي لتنقيح الرسائل، وانتقاء الصور بدقة، وإلقاء الضوء على الخصال الحميدة، وتقديم صورة مثالية عن الذات، والإفصاح عن الذات بمزيد من العُمق، والتحكم في الأساليب اللغوية، أو تقديم مجموعة من الروابط لمواقع أُخرى أو ربط أنفسهم بأشخاص بعينهم، أو برموز أو موضوعات مُحددة».

(2012, p. 117)

أشار الباحثون إلى أن الاستخدام المتكرر لخصائص التواصل عبر الحاسوب لعرض صورة إيجابية عن حياة المرء قدر الإمكان، يجعل من فيسبوك -إلى حد ما- أقرب إلى إثارة مشاعر الحسد (وهو ما ينسحب على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى ضمنيًا). كما أن ما يقوم به فيسبوك وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى من قياس حجم للعلاقات، يُوجه إليه اللوم أيضًا كونه مسؤولًا عن إثارة مشاعر الحسد: «تُشجع واجهات فيسبوك الأفراد على رؤية أصدقائهم

من منظور كمي؛ إذ يُمكن لهم أن يُقارنوا بسهولة بين عدد أصدقائهم وأصدقاء الآخرين» (Gershon, 2011, p. 874).

عادة ما يكون تركيز الباحثين في مثل هذه الدراسات على التضمينات السلبية الخاصة برضا القارئ الحاسد عن حياته، ولكن من الجلي أن ثمة تضمينات سلبية محتملة أيضًا لأصحاب المنشورات التي تسببت في إثارة مشاعر الحسد، إذا ما أضر ذلك بعلاقاتهم مع من يقرءون منشوراتهم.

إن الحسد وبذر بذور الشك وإساءة الفهم في العلاقات الرومانسية، والكشف عن السمات وأنماط السلوك المُشينة لصاحبها، ليست سوى بعض التبعات السلبية المُحتملة للعلاقات البينشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. لا ريب في أن هذه المشاعر السلبية تكون مُحتملة بشكل متأصل في جميع أشكال التفاعل البينشخصي، فعلى الرغم من أنها تكون غير مباشرة (والتواصل وجهًا لوجه هو أحد أشكال التواصل، ولكنه ليس بديلًا عن التواصل غير المباشر)، إلا أنني سأذهب في الفصول التالية إلى أن الأساليب التي تغلب على التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق الإنترنت تنحو إلى إتاحة حدوث التفاعلات الضارة بين الأفراد، مقارنة بأساليب التفاعل وجهًا لوجه، وغيرها من أساليب التفاعل المباشرة الأخرى بين طرفين.

ويُمكن للطريقة التي تُستخدم من خلالها فضاءات التواصل الاجتماعي من أجل نشر النزاعات بين الأفراد لتشمل عددًا أكبر

من الجمهور (كثيرًا ما يكون غير مرغوب)؛ أن تُزيد على نحو درامي من فرص حدوث مثل هذه المواجهات. يُمثل هذا التحول للأسباب التافهة والعابرة للخلاف بين الأفراد إلى دراما عمومية قد تُغير من حياة المرء؛ طائفة جديدة من ممارسات وسائل التواصل المحفوفة بالمخاطر، والتي يندُر أن تجد من يفهمها جيدًا سواء بين الباحثين أو الأفراد الذين وقعوا في براثنها. كنت قد ذكرت في الفصل الافتتاحي ظاهرة «محركات بحث اللحم البشري»، حيث يمكن للسلوك المعادي للمجتمع، الذي كان يمكن أن يمر دون أن يلحظه أحد لولا مشاركته عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أن يتسبب في تداعيات كبرى حين يُلتقط ويُتداول. مثال ذلك، أن تقول متهكمًا بعد حدوث زلزال كارثي: إنك كنت تتمنى لو انهارت مدرستك حتى لا تضطر للذهاب إليها.

الأمر المثير للمشكلات على وجه الخصوص هو أن وفرة التفسيرات المتاحة للأفعال عبر الإنترنت، لاسيما الافتراض الضمني الشائع عن أن المنشور عبر الإنترنت ينبغي أن يُنظر إليه بوصفه بيانًا عموميًا صيغ بتروٍّ وليس تعبيرًا مندفعًا كثيرًا ما يكون أهوجًا، يمكن أن يجعل من الصعب على الأفراد -من الناحية العملية- التنبؤ بالتبعات السلبية للمنشورات ومن ثم الحد منها. كثيرًا ما تكون منشورات وسائل التواصل الاجتماعي موجزة، فنحن نجد، مثلًا، أن منشورات تويتر، لا يزيد طولها عن 140 حرفًا، كذلك تخضع الكثير من وسائل التواصل الاجتماعي لقيود على الحجم، سواء كان ذلك بشكل تقني أو نتيجة للعُرف السائد. ليس في ذلك ما يدعو للعجب؛ نظرًا لأن الطابعين غير

المحترفين يكتبون بمعدل 20 كلمة في الدقيقة في أثناء التفكير في مضمون الرسالة (Karat, Halverson, Horn & Karat, 1999) - فإن إدخال النصوص عبر الهواتف الجوالة يظل أبطأ - بينما يتحدث الأفراد - بشكل عام - بسرعة تبلغ ثمانية أو تسعة أضعاف ذلك. ثمة صعوبة بالفعل في إيصال نبرة الحديث مثل السخرية باستخدام النصوص المنسوخة - رغم ابتكار «رموز الانفعالات» emotion التي تتعرض لانتقادات مبالغ فيها (Walther & Parks, 2002, pp. 536–537) - وتشير الأبحاث إلى أننا نبالغ في تقدير قدرتنا على التغلب على مثل هذه الأسباب المسؤولة عن الغموض (Kruger, Epley, Parker & Ng, 2005). ويمكن لما يتسم به التواصل النصي الحديث من إيجاز أن يُفاقم الأمور. ويتجسد هذا الإيجاز - في حده الأقصى - في إعادة التغريد بدون تعليق أو بتسجيل علامة «الإعجاب» like على فيسبوك، فلا يحتاج أداء هذه الأفعال سوى إلى ضغطة زر واحدة تستغرق كسرًا من الثانية، ولكنها تكون منفتحة على طيف واسع من التأويلات. هل يشير تسجيل علامة «الإعجاب» أو إعادة التغريد لصفحة أو لمنشور مثير للجدل إلى الاهتمام؟ الاستحسان؟ الرفض؟ جميع هذه التأويلات محتملة؛ وعلى من يختارون مثل هذه التعبيرات المقتضبة أن يعتمدوا على الفهم المفترَض من قِبَل الجمهور لدوافعهم بناء على المعرفة القبلية باتجاهاتهم ومواقفهم المحتملة، ولكن تجزئة الحوار والنشاط عبر الإنترنت إلى جزئيات تُقاس بحجم البايت يمكن أن يجعل مثل هذه الأفعال منفصلة عن سياقها المُفترض.

إن هذه قضية إشكالية لاسيما في حالة فيسبوك، الذي تمتلك خوارزمياته الخاصة التي تسعى إلى أن يرى المستخدمون المنشورات الأكثر أهمية بالنسبة إليهم، كما توفر للمستخدمين مجموعة من أدوات التحكم التي يُمكن لهم أن يستخدمونها لانتقاء أو لاستبعاد أنماط محددة من المنشورات؛ ونتيجة لذلك لا تُقرأ منشورات فيسبوك - في المتوسط - سوى من قِبَل 27% من أصدقاء أي مستخدم لفيسبوك (M. S. Bernstein, Bakshy, Burke & Karrer, 2013). إن الآلية المُحددة التي يستخدمها فيسبوك من أجل ترتيب أولوية ظهور المنشورات غير معلومة. وعلى الرغم من أن الإطار العام للمعايير معروفة؛ «عدد التعليقات، مَن صاحب المنشور، ونوع المنشور (صورة أم مقطع فيديو أم جديد المستخدم)» (Facebook, n.d.-b)، إلا أن من غير الممكن لأي مستخدم أن يُحدد مَن سيقرأ منشوره، ويبدو أن فهم المستخدمين - وفق ما سنلاحظ في الفصل الرابع - يعجز عن معرفة الجمهور المحتمل لمنشوراتهم. أحد التبعات المحتملة لذلك هي أن المستخدمين قد يريدون أن تُقرأ منشوراتهم في سياق منشورات أخرى تخصهم على فيسبوك، ولكن ليس ثمة ما يضمن أن يكون جمهورهم قد قرأ (أو اهتم) بهذه المنشورات الأخرى. قد تنزع خوارزميات ميزة «آخر التحديثات» news feeds على فيسبوك أيضًا إلى التأكيد على المنشورات الأكثر إثارة للانفعالات والأكثر إثارة للجدل، ومن ثم تُضاعِف من احتمالات تداول المعلومات الحساسة المُجتزأة عن سياقها.

وإضافة إلى ذلك، فمع أنه يمكن للمرء أن يتحكم في تعبيراته عبر الإنترنت، فإن الأمر الأكثر صعوبة - بكثير - هو التحكم فيما قد يحاول الآخرون مشاركته عنك. تُلقي حالة أدريا ريتشاردز Adria Richards الضوء على بعضٍ من هذه المسائل. كانت أدريا تشارك في مؤتمر عن التقنية حين تناهى إلى سمعها نكتة جنسية تمس كرامة المرأة، وحينها قامت بنشر صورة لمن خمنت أنهم أصحاب هذه النكتة، وقالت: «أمر مزعج، نكات جنسية سافرة من خلفي مباشرة» (https://twitter.com/adriarichards/status/313417655879102464). بدا جليًّا أنها ترغب في التشهير بأصحاب النكتة، ولكن يبدو أنها لم تتوقع عواقب ذلك سواء بالنسبة لها أو لهم نتيجة للتداول واسع النطاق لمنشورها (رغم أن عدد متابعيها على تويتر بلغ 90 ألف متابع). نتج عن هذا التصرف - في نهاية المطاف - تحديد هوية أحد من اتهمتهم وفصله من عمله، وتسببت الانتقادات الحادة التي وُجِّهَت لها في أن تفقد هي الأخرى وظيفتها (Hudson, 2013). وعلى الرغم من أن رد فعلها كان مبررًا، ولن يجلب اللوم إليها في معظم السياقات، فإن الطريقة التي سارت بها الأمور عبر وسائل التواصل الاجتماعي تسببت في حدوث تبعات سلبية لا تتناسب مع حجم الحدث. قالت أدريا لاحقًا: «لا أعتقد أن أحدًا كان يتخيل أن تصبح هذه المسألة قضية رأي عام» (Hudson, 2013, p. 20). لا ريب في أنه بوسع المرء أن يحتج بأنه كان يتعين عليها أن تكون مدركة لقوة عباراتها وما نتج عن ذلك من اهتمام جمهورها بالمسألة، وبالملايين الذين يمثلون جمهورًا محتملًا

لما تنشره، ورغم ذلك، ووفقًا لما سوف نلقي عليه الضوء في الفصل الرابع، يبدو أن ثمة الكثير من الأسباب التي تجعل البشر يتجاهلون النشر العام المكشوف لما يقولونه.

وعلاوة على ذلك، ثمة عدد متزايد من الأطراف الذي يمثلون طرفًا ثالثًا، أخذوا على عاتقهم إبراز أنماط السلوك والاتجاهات التي ربما كان ينظر إليها عاى أنها محدودة التداوُل، وتقديمها إلى جمهور أوسع. قد لا تكون الدوافع خبيثة دائمًا، ولكن فكر في تبعات قيام لوجان سميث Logan Smith – على سبيل المثال – بأخذ تغريدات – يعدها هو وآخرون عنصرية – لآخرين لا يتعدى عدد متابعهيم 100 متابع عبر حسابه على تويتر yesyoureracist@، ثم إعادة تغريدها (بغرض استهجان هذا السلوك) أمام ما يزيد عن 46 ألف متابع.

هلع أخلاقي من وسائل التواصل الاجتماعي

على الرغم من تركيز هذا الفصل على التبعات السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فثمة الكثير من الحُجج المُقنعة التي تُثبت أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون نافعًا، ويمكنه أن يُساعد – على نحو ما سوف نتناوله بإسهاب في الفصل السابع – الأفراد في بناء رأسمالهم الاجتماعي والحفاظ عليه، ويمكنه أن يُقدم منصة للتفكير الإبداعي، ويمكن أن يكون وسيلة جديدة وفعالة لتداوُل المعلومات السياسية والثقافية. وعلاوة على ذلك، فقد سعيت إلى إيضاح أن بعض الأضرار المحتملة التي تأتي في مقدمة المخاوف

بشأن «خطر الغرباء» - لاسيما بالنسبة للأطفال وصغار السن - قد تعرضت للتضخيم (رغم وجودها بالطبع).

ومن ناحية أخرى، فعلى الرغم من كثافة التغطية الإعلامية للأخبار المتعلقة بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي، والإضرار بالعلاقات، إلا أننا لا نجد القدر الكافي من الدراسات الأكاديمية بشأن تلك الأخطار الأقل خطورة، وإن كانت أكثر انتشارًا، وسبب حدوثها. وعلى الرغم من ذلك، فيمكن للأبحاث المبكرة التي تجرى عن التفاعل بين الأفراد والتواصل غير المباشر - بشكل عام - أن تُقدِّم لنا بعض المفاهيم النافعة ولغة نظرية يمكننا أن نصف من خلالها ما يبدو أنه يحدث في هذه البيئة الجديدة المتصلة بالإنترنت. لذلك، سوف أستكشفُ - بإيجاز - في الفصل اللاحق نظريات بعض الباحثين الذين قدموا دراسات أساسية، وأعرض بشكل موجز كيف تكون المفاهيم المرشدة لديهم متصلة بدراسة الاستخدام المحفوف بالمخاطر لوسائل التواصل الاجتماعي.

❞

الفصل الثالث:

كيف ولماذا يكون التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي مختلفًا؟

سأقوم في هذا الفصل بشرح موجز لنهجين نظريين شائعين للتركيز على موضوع هذا الكتاب ودعم اهتمامه بمسألة لِمَ يستخدم البشر وسائل التواصل الاجتماعي بأساليب تنطوي على مخاطرة. والنهج الأول - المبني على النظرية التفاعلية الرمزية - هو مجموعة أدوات اجتماعية صُغرى (ميكروية) ويناقش كيفية فهم الأفراد لمعنى تفاعلاتهم في فضاء ما. والنهج الثاني - القائم على النظريات على المستوى الأكبر (الماكروي) عن العلاقة بين التقنيات والمجتمع - فيتناول كيف أن طبيعة «فضاءات» التواصل الاجتماعي والأساليب التي يُشجع بها الأفراد على التفاعل معها؛ تتأثر ذاتها بالسياقات القانونية، والاقتصادية، والتقنية، والثقافية.

وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها تفاعلًا رمزيًا

طالما كان الناس يتواصلون مع بعضهم بعضًا، غفد كانوا أيضًا يقعون في سوء الفهم. توجد طرق كثيرة التي تم من خلالها إخضاع التواصل بين الأفراد للدراسة، ولكن مدرسة التفاعلية الرمزية على وجه الخصوص توفر أدوات ملائمة لدراسة أنماط سوء الفهم والصعوبات التي ترافق التواصل بين الأفراد، حيث إنها تركز على كيفية ربط المعاني معًا عبر التفاعلات بين الأفراد بدلًا من إيجادها بشكل منفصل من قِبل المتحدث ثم تمريرها إلى المستمع. تعود الجذور الفكرية لهذا النهج - بالأساس - إلى أعمال المدرسة البراجماتية الأمريكية التي ظهرت في جامعة شيكاغو في ثلاثينيات القرن العشرين (Plumer, 1996)، وكان أشهر ممثلي هذه المدرسة، والذي سيُستشهد به أكثر من غيره في هذا الكتاب هو إيرفين جوفمان Erving Goffman.[1] ترتبط معظم أعماله بالتفاعل وجهًا لوجه - في واقع الأمر كان العنوان الجانبي لأحد أعماله الرئيسة، «طقس التفاعل» Interaction Ritual (1967)، وهو «مقالات عن السلوك وجهًا لوجه» essays in face–to–face behaviour - ولكن فحصه الدقيق لمثل هذه التفاعلات يصلح كحجر أساس للمقارنة بالأشكال الأخرى من التواصل - لاسيما التواصل عبر الحاسوب (CMC). كما استُخدِم عمل جوفمان - كما سنرى - كنقطة بدء للمزيد من الاستقصاء اللاحق من قِبَل باحثين في التواصل - خاصة ميرويتس Meyrowitz (1985) (بالنسبة للتلفاز)، وجون بي. طومسون John B. Thompson (1995)

(فيما يتعلق بوسائل الإعلام بشكل أكثر عمومية)، وجوزيف والثر Joseph Walther (1996) (فيما يتعلق بالتواصل عبر الحاسوب).

جوفمان والتفاعل البينشخصي

من المهم عند هذه النقطة أن نميز بين التعريف بالذات Self–presentation – الهم الرئيس لجوفمان وللكثيرين ممن استخدموا نظرياته – والكشف عن الذات Self–disclosure، وهو المصطلح الذي سيُستخدَم في المقام الأول لوصف المنشورات المتصلة بالذات على وسائل التواصل الاجتماعي في هذا الكتاب. عرَّف علماء النفس الكشف عن الذات بوصفه: «عملية جعل الذات معلومة للآخرين» (Jourard & Lasakow, 1958, p. 91). وهذا فعل قصدي ولكنه لا يهدف بالضرورة إلى خلق انطباع مُحدد لدى الفرد أو الأفراد الذين تتوجه إليهم بهذا الإفصاح. يتحدث رفنر Ruffner وبيرجون (1981) Burgoon عن التواصل «المُرضي للذات» consummatory الذي يكون فيه فعل التواصل في حدِّ ذاته «مكافأة» عن الفعل، ويتصل بذلك ما أشار إليه لانجر، وبلانك، وتشانويتس أن التفاعلات الروتينية بين الأفراد يمكن أن تكون «بلا هدف» – وتستند إلى العادات والتقاليد بدلًا من الحسابات الواعية (Langer, Blank & Chanowitz, 1978).

وفي المقابل، يُعرّف تقديم الذات بوصفه «العملية التي يسعى الأفراد من خلالها للتحكم في الانطباعات التي يكوِّنها الآخرون عنهم في التفاعل الاجتماعي» (DeLamater & Myers, 2010, p. 89). من

ناحيتي أذهب إلى أن التعارض بين الطريقتين في رؤية العبارات تكشف (أو يبدو أنها تكشف) عن أمر من أمور الذات؛ أمر حاسم بالنسبة لدراسة وسائل التواصل الاجتماعي. يبدو من دراسة مَن يقومون بالإفصاح عن الذات عبر الإنترنت أن الكثير مما يقومون به لا يكون تعريفًا متعمدًا بالذات، موضوعه هو خلق صورة ما لشخصية المتواصل أو الحفاظ عليها، ولكن لا ريب في أنه بغض النظر عن القصد من وراء ذلك، فإنه يمكن أن يصير تعريفًا بالذات في أذهان من يرون أو يقرأون ما يُنشر. ثمة مجموعة داعمة أيضًا من الافتراضات الحاكمة لكل طريقة من طرق النظر إلى ما يُكتب من عبارات عن الذات. يُرجح أن يقتضي الإفصاح عن الذات افتراض أن ثمة ذاتًا مركزية هي التي يُفصح عنها، على حين يُرجح أن ينطوي التعريف بالذات على مجموعة من الأدوار التي تُؤدَّى في سياقات مختلفة دون أن يكون هناك بالضرورة «ذات» مركزية تقف خلفها جميعًا، إلا أن هذه الحجة العميقة بشأن طبيعة الهوية تخرج عن نطاق هذا الكتاب. للمزيد عن هذا الموضوع؛ انظر – على سبيل المثال – جيرجن (1985) Gergen، وجرودين Grodin وليندلوف (1996) Lindlof. يُقسم برانامان (1997) Branaman عمل جوفمان إلى أربعة موضوعات، نناقش اثنين منهما في السطور التالية.[2]

أحد هذين الموضوعين هو «طبيعة الحياة الاجتماعية»، والتي يصفها – على نحو مغاير – بوصفها سلسلة من التفاعلات التي تأخذ صورة ألعاب، أو طقوس، أو استعراضات درامية. ومن الأمور ذات الأهمية المحورية في هذا السياق وصفه لكيفية تقسيم الفضاءات التفاعلية إلى

«مناطق» سواء من الناحية المادية أو وفقًا للاتفاق الاجتماعي بشأنها، وكيف يكون الولوج إلى هذه المناطق - بشكل عام - خاضعًا لسيطرة دقيقة.

الموضوع الرئيس الثاني هو «أُطر وتنظيم الخبرة»، حيث يكون «الإطار»: «تعريفًا لموقف يُنشأ للتوافق مع مبادئ التنظيم التي تحكم الأحداث» (Goffman, 1986 [1974], p. 10). الأمر المهم هو أن ذلك قد يكون عرضة لسوء الصياغة، وبالتالي يؤدي إلى قصور التواصل.

وفي كتاب «تحليل الإطار» Frame Analysis ([1974] 1986)، يؤكد جوفمان أن «ما لدينا من أُطُر تأويلية [حاكمة للتفاعل بين الأفراد] تكون كافية على نحو أو آخر» (p.440) لأن سياق التفاعل «يستبعد التفسيرات الخطأ ويستبقي الصحيحة... وحين قد لا يكون السياق كافيًا، ينتبه المشاركون إلى ضرورة إعادة عرض الأدلة الضرورية، وهي هنا - كما كانت دائمًا - ذات طبيعة مساعدة في فهم السياق». وفي الوقت نفسه الذي يضع فيه جوفمان قائمة لعدد من الأساليب التي يمكن أن تتعرض بها الأطر لسوء الفهم المؤقت، يُلاحظ أنه:

«يتعين توضيح مواطن الالتباس، حتى لا تستحوذ الريبة على الفرد تجاه طبيعة ما يحدث من حوله. تبدو مواطن الالتباس - على نحو نمطي - فيما يتعلق بالأطر الأولية قصيرة الأمد للغاية، وذلك لسبب وجيه: أن هذه الأطر تأسيسية لتنظيم النشاط».

(المرجع السابق، ص 304).

بالمثل، يقول جوفمان إن الأخطاء التي تكتنف التأويل تكون قصيرة الأمد؛ لأن «الفعل الذي يستحدثه الفرد بناء على افتراضات خطأ يُرجح أن يؤدي – في حد ذاته – إلى خلق تناقضات، ويؤدي أيضًا إلى زيادة احتمالية اكتشاف هذا الخطأ (وكيف) وقع فيه» (p. 321). وعلى سبيل المثال، إذا ما اقترب منك مديرك في العمل أثناء جلوسك مع أسرتك في مطعم ما، فسيكون هناك بعض الارتياب المبدئي بشأن الأسلوب الذي ستتفاعل به إزاء هذا الموقف؛ إما بوصفكما رئيسًا ومرؤوسًا في بيئة عمل أو باعتبار أن ثمة علاقة ودية تجمع بينكما بعيدًا عن العمل، ولكن سيشعر كل منكما بوطأة الضغوط التي تستلزم سرعة اتخاذ القرار بشأن أي شكل من أشكال الحوار الذي ينبغي تبنيه.

وكما سوف نرى لاحقًا، فإن أحد العوامل التي يمكن أن تتسبب في إثارة المشكلات في التفاعل عبر الإنترنت هو تحديدًا إمكانية أن تكون افتراضات من يكتبون عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن نمط التفاعل الذي يقومون به خطأ، وفي بعض سياقات وسائل التواصل الاجتماعي يكون الغرض من التواصل واضحًا نسبيًا. وعلى سبيل المثال، لقد صُمم موقع لينكد إن LinkedIn بحيث يكون فضاءً مُخصَّصًا بالأساس للتواصل في عالم الأعمال – سواء عبر الإعلان عن العلامات التجارية أو عبر خاصية «الاعتماد»، وبدلًا من التواصل في الأصدقاء، يُشجع الموقع على إقامة «شبكة مهنية» خاصة بك في عالم الأعمال.[3] ومع ذلك، لا يكون السياق الاجتماعي لمحتوى المساهمات في بعض مواقع التواصل الاجتماعي واضحًا دائمًا كما

في فيسبوك، وتويتر، وتمبلر؛ نظرًا لأن هذه المواقع تُستخدم لأغراض متعددة. علاوة على ذلك، قد يحاول المستخدمون الأفراد الوصول إلى جمهور غير متجانس عبر سياقات متعددة في إطار التفاعل نفسه، وحين تتعارض سياقات التفاعل، فإن هذا يمكن أن يتسبب فيما يُعرف بـ «انهيار السياق» context collapse (Hogan, 2010; A. Marwick & boyd, 2011; Vitak, 2012).

وبحسب ملحوظة جوفمان، يُصنِّف المشاركون في التفاعلات الأنشطة التي يقابلونها بشكل عام بحيث يميزون بين الملحوظات ذات الصلة والملائمة، وتلك غير ذات الصلة وغير الملائمة عبر «التجاهل» المتعمد لما هو غير مرغوب من موضوعات وأشخاص (p. 225)، (Goffman, 1986 [1974], pp. 202–210). وحين يصادف مستخدم ما لوسائل التواصل الاجتماعي معلومات عن مستخدم آخر؛ يشعر أنه لم يكن ليعرفها عبر التفاعل الاجتماعي المباشر، فإنه قد «يتجاهل» هذا المحتوى أو يحاول أن يفعل ذلك على الأقل. ومع ذلك، فإنه متى وصلنا نبأ الأمور المشينة، فإنه يصعب تجاهلها بشكل كامل. وعلاوة على ذلك، وبحسب ما سوف نستعرض في الفصول التالية، فإن توقع التجاهل من قِبَل الآخرين بوسعه أن يمنح مَن يكتبون منشوراتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي إحساسًا كاذبًا بالأمان. وإضافة إلى ما سبق، فإن شعور من يقرؤون محتويات ذات طبيعة خاصة بأنه ما كان يجب أن يقرءوا مثل هذه المواد أو أنه يتعين عليهم - على الأقل - ألا يعترفوا بقراءتهم لها قد يؤدي بهم إلى عدم الاستجابة

بشكل صريح أو (إلى عدم) تحذير صاحب المنشور بأن مثل هذا المحتوى قد يُلحِق بصاحبه الإيذاء أو الحرج؛ لأن القيام بذلك سيعني الاعتراف باهتمامهم بهذا المحتوى.

وفي غياب أي إفادة من القراء (أيًا ما كان السبب)، فإن مستخدمي مثل هذه المواقع قد لا يصيرون واعين بالتناقضات التي يمكن أن تنشأ حين لا يكون السياق الذي يتصورون أنه مناسب للتعريف بالذات ملائمًا للمستخدمين الآخرين الذين سيقابلونه؛ ونتيجة لذلك، قد يستمرون في تقديم أنفسهم بشكل غير ملائم أو بأسلوب ملائم فقط لجزء من جمهورهم الفعلي. وعلاوة على ذلك، وكما سوف نلاحظ في الفصل الرابع، فإنه يبدو أحيانًا أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يصيرون منغمسين في ممارساتهم الخاصة بالإفصاح عن الذات، حتى أنهم حين يتلقون إفادة سلبية فإنهم يتجاهلونها بهدف عدم المساس بإطار التفاعل الذي يفضلونه.

يُناقش جوفمان في أفضل أعماله المعروفة «التعريف بالذات في الحياة اليومية» The Presentation of Self in Everyday Life (1959)، بشيء من التفصيل سياقات التفاعل بين الأفراد، وأدوارهم وتلبيتهم لاحتياجاتهم الأساسية مستخدمًا استعارة مسرحية؛ حيث يذهب إلى أننا نُمثل - على نحو متعمد - أدوارًا مختلفة في المواقف الاجتماعية المختلفة.

وفي الفصل الرابع من «المناطق والسلوك المناطقي» Regions and Region Behaviour في (1959, p.106: 140)، يصف جوفمان

ثلاثة فضاءات رئيسة للتفاعل هي: مناطق «خشبة المسرح الأمامية» front stage التي ينخرط فيها الممثلون الاجتماعيون في تفاعلات رسمية مع جمهورهم المستهدف، مع التعتيم على جميع الحقائق التي تخصهم ويُحتمل أن تتعارض مع أدائهم لدورهم؛ ومناطق «الكواليس» (خشبة المسرح الخلفية) والتي يُمكن فيها للأفراد، ولا سيما المجموعات المتجانسة، التعامل بشكل لا يتقيد بالأطر الرسمية، وهناك أخيرًا «مناطق خارج المسرح» التي يتوقع أن يوجد فيها الأفراد الذين لا يُفترض بهم أن يكونوا جزءًا من العرض المسرحي، وبحسب ملحوظة جيدنز Giddens في معرض مناقشته لعمل جوفمان، فإن التخوم بين هذه المناطق قد تكون «حقيقية» (بمعنى وجود حاجز فعلي يمنع بشكل تام التفاعل المتبادل)، ولكنها يمكن أيضًا أن توجد بفعل التوافق المجتمعي: «إن عوائق التواصل التي تحظى باحترام المجتمع مثلها مثل الأسوار المادية التي تستهدف العزل» (Giddens, 1987, p. 125).

يشير جوفمان إلى أن البشر الذين يشتركون في نشاط التعريف بالذات يتواطؤون بشكل عام من أجل الحفاظ على العلاقات الطبيعية، وتجنب الخسارة المحتملة لإراقة ماء الوجه:

«وكما في حالة احترام الذات الذي يتوقع أن يحظى به عضو أي جماعة، يتوقع من هذا العضو كذلك أن يحافظ على مستوى ما من مراعاة شعور الآخرين، ويتوقع منه أن يتجشم عناء الذهاب إلى حدود معينة من أجل الحفاظ على مشاعر الآخرين وعدم إيذائها، ويتوقع

منه أن يفعل ذلك طواعية وبشكل متزامن بسبب التماهي العاطفي مع الآخرين ومع مشاعرهم، ويترتب على ذلك ألا يكون راغبًا في مشاهدة الآخرين وهم يتعرضون لإراقة ماء الوجه».

(Goffman, 1967, p. 10)

والمثال على ما سبق، أننا نجد الأفراد يمارسون قدرًا من اللياقة بالنأي بأنفسهم عن المواقف التي لا يُدعون لحضورها (ibid., pp. 229–237). يُقدم مفهوم «السهو المتحضر» civil inattention لـ (Goffman, 1963a, pp. 83–88) – بشكل عملي – شرحًا مفيدًا لمعنى اللياقة. وبحسب وصف جوفمان:

«يُعطي أحدهم للآخر ملحوظة بصرية كافية لإثبات تقديره لوجود الآخر (ويقر هذا الأول على نحو صريح برؤيته للآخر)، بينما يقوم في اللحظة التالية بصرف انتباه الآخر عنه للإعراب عن أن هذا الآخر لا يُمثل هدفًا لفضوله».

(Goffman, 1963a, p. 84)

فبحركة خاطفة من الأعين، يُقر كل طرف (للآخر) – بشكل ضمني:

«أنه ليس لديه ما يدعوه للارتياب في نوايا الآخرين، أو للخوف منهم، أو لمعاداتهم، أو للرغبة في تجنبهم (وفي الوقت نفسه، وعبر نشر هذا السلوك الدمث يخلق الفرد بشكل آلي مناخًا إيجابيًا يتوقع فيه أن يحظى بمعاملة مماثلة). يبرهن هذا السلوك من قِبَل الفرد على أنه ليس لديه ما يخشاه أو يريد تجنبه حين يراه الآخرون أو حين يلاحظ

الآخرون أنه يراهم، وأنه ليس ثمة ما يدعو للشعور بالخزي إزاء ذاته أو إزاء المكان الذي يوجد فيه والصحبة التي يوجد برفقتها».

(المرجع السابق، ص 84)

من هنا فإن اللمحة العابرة لا تتعلق فقط بعلاقات العمل أو برؤية الآخرين أو برؤيتهم لنا، إنها مُحَمَّلَة بالمعاني الاجتماعية التي يفترض كل طرف أن الآخر سيفهمها.

إن التأدب الذي يلتزم به الآخرون هو أحد الأساليب التي يدعوها جوفمان بأساليب الحفاظ على البيئة المحيطة Umwelt. والبيئة المحيطة هي «المجال المحيط بالفرد والذي توجد به المصادر المحتملة للتنبيه» (Goffman, 1971a, p. 252). ولعله من الأمور ذات الأهمية الخاصة بالنسبة لمناقشة جوفمان للبيئة، إحدى إشاراته القليلة إلى تقنيات وسائل الإعلام، بوصفها - في هذه الحالة - مصدرًا محتملًا للتهديد:

«ثمة افتراض متداول في الحياة اليومية يقضي بأن محيط الفرد سيكون «ميتًا أو مُعطّلًا»؛ بمعنى أنه لا يشتمل على أية أجهزة تسجيل أو بث، وبالتالي يفترض الفرد أن بإمكانه أن يقوم بمسح لبيئته وأن يحدد على نحو صائب من يلاحظه وإلى أي مدى، حيث يُحتمل أن يحدث السيناريو الأسوأ، وهو إطلاق الإشاعات الكاذبة عما بدر منه أو حدث له بالفعل. يترتب على ذلك أن يكون افتراض العزلة أمرًا مسلمًا به، وبناء عليه تتحدد خطورة ما يُخالف هذه المسلمة».

(المرجع السابق، ص 286)

قدم جوفمان - على نحو مُتصِل - مفهومان ذات الصلة، هما: الحذر المعلوماتي والحذر التخاطبي (Goffman, 1971b). يصف المصطلح الأول «مجموعة من الحقائق عن الفرد الذي يتوقع أن يتحكم في إتاحة النفاذ إليها أثناء الوجود في حضور الآخرين» (ibid., pp. 38–39)، فيما يصف المصطلح الآخر «حق الفرد في أن يُمارس بعض التحكم في اختيار من يكون بإمكانه أن يدعوه إلى حوار، ومتى يمكن أن يحدث ذلك؛ وحق مجموعة من الأفراد - متى انخرطوا في حوار - في حماية أنفسهم من تدخل أو تصنت الآخرين». (المرجع السابق، ص 40).

تُمثل وسائل الاجتماعي - بطبيعتها - وسائل للتسجيل والبث. تُقدم الكثير من وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها خيارت للتحكم في اختيار مَن يقرأ ما يكتبونه، ما يوفر بعض الحماية، إلا أن الخيارات الأصلية default للتحكم يُمكن أن تكون سماحية ربما بقدر لا يمكن للمستخدمين أن يتصورونه. مثال ذلك، أن الخاضعين لمسح عن الخصوصية على الإنترنت ممن جعلوا السماح بالاطلاع على ما يكتبونه مقصورًا على «الأصدقاء فقط» كثيرًا ما كانوا يصنفون صفحاتهم الشخصية بوصفها «تتمتع بالخصوصية». ومع ذلك، وكما لاحظنا في الفصل التمهيدي، إذا ما كانت إعدادات المستخدم لمنشوراته هي «يظهر لأصدقائي فقط»، وكان عدد أصدقاء المستخدم يزيد عن 150 صديقًا - كما في حالة 71% من المراهقين الأمريكيين الذين يمتلكون حسابًا على فيسبوك (Madden et al., 2013) - فإن هذه الخصوصية

قد تكون محدودة، ويتحكم في التفاعلات بشكل جزئي - على نحو حاسم - الجمهور المُتَصوَر للمستخدمين (سنعود إلى ذلك لاحقًا)، ولكن كثيرًا يتوافر إلا القليل من الإفادات حين تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للكشف عمن قرأ المنشور، أو عمن قد يقرأه في المستقبل، وبالتالي فإن هذه الصورة الذهنية mental picture قد لا تستند سوى إلى أقل القليل من الأدلة إن كان ثمة أدلة أصلًا.

ونظرًا لأن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يكونون في الأغلب (على خلاف معظم مواقف التواصل وجهًا لوجه)، غير مدركين على نحو دقيق مَن (مِن بين مجموعة من الأصدقاء والمعارف) يُمثل جزءًا من أي تفاعل بعينه، فإنه يتوقع منهم أن يكتبوا منشوراتهم بانتباه كافٍ إلى الخطر الذي قد يكتنف نشاطهم. يقتضي ذلك يقظة مستمرة تجاه الجمهور غير المرغوب، إلا أن عاداتنا إزاء التواصل اليومي وجهًا لوجه كثيرًا ما تفترض عدم وجود المشاهدين غير المرغوبين وتتعامل مع هذا الافتراض كمسلمة.

مثلًا، يلاحظ جوفمان أنه لا يُنظر إلى الغرباء الذين لا يستهدفهم التفاعل - في الأغلب - بوصفهم تهديدًا في التفاعلات اليومية:

«وكما يعتقد الفرد تمامًا أن التواصلات العرضية على نحو واضح مع الآخرين في بيئته ليست ناتجة عن تخطيط شرير، فإنه يفترض كذلك أيضًا أن التعاملات محدودة المدى مع الأفراد العابرين لن تُستخدم من قِبَلِهم لتمثل منطلقًا لتوجيه إساءة غير متوقعة إليه.

باختصار، إنه يفترض أن الكثير من العلاقات التي يقيمها مع الآخرين في بيئته سرعان ما سوف تنتهي على نحو كامل.

(Goffman, 1971a, p. 320)

قد يكون هذا الاعتياد على التعامل مع «التواصلات العرضية» مع «أشخاص عابرين»، أمرًا معقولًا حين نتحدث عن التفاعل وجهًا لوجه، إلا أنه يصير مثيرًا للمتاعب حين يكون التفاعل من خلال فضاءات الشبكة العنكبوتية مسجلًا وقابلًا للبحث عنه بشكل دائم. كما قد يكون لهذا الاعتياد أثره في نزوع المستخدم لاستخدام إعدادات الخصوصية للحد من إتاحة ما يكتبه على وسائل التواصل الاجتماعي تحديدًا؛ فلماذا يتجشم أحدنا إبعاد الغرباء عن قراءة منشوراته، إذا ما كانوا سرعان ما سيصيرون غير متصلين بك بمجرد قراءتهم للمنشور؟

لا تتوقف ميزة الريبة عند التشكك في نوايا مَن يكونون حاضرين، ولكنهم يحجمون عن التفاعل. فكما سوف أناقش لاحقًا، ينبه والثر (Walther,1996) أحد الباحثين المتأثرين بجوفمان في نموذجه عن «الشخصية المفرطة» hyperpersonal أنه حين يتفاعل مستخدمو التواصل عبر الحاسوب مع أشخاص آخرين (لا يعرفونهم بشكل شخصي) عبر الإنترنت بأسلوب التواصل النصي - في المقام الأول - فإنه يغلب عليهم أن يبالغوا في تقدير السمات الإيجابية لدى هؤلاء الآخرين.

والآن وبعد أن عرضنا لأهمية عمل جوفمان نفسه، دعنا ننتقل إلى استخدام جوفمان لتحليل وسائل الإعلام الجماهيرية من قِبَل نظريات أخرى، وننتقل بعدها إلى نظريات أخرى بشأن التواصل عبر الحاسوب.

توظيف مفاهيم جوفمان لدراسة التواصل عبر الوسائط التقنية:

ميرويتس و«المنطقة الوسطى»

في كتابه «لا مغزى للمكان» No Sense of Place (1985) يستعمل ميرويتس بعض المفاهيم المسرحية التي قدمها جوفمان (1959) - في المقام الأول - لدراسة التواصل وجهًا لوجه، ولكن مع تعديلها وتوظيفها لوضع نظرية عن كيفية تغيير النمو في استخدام التلفاز لمجموعة متنوعة من العلاقات الاجتماعية.

يقترح ميرويتس التركيز على دور الوسائط في التواصل - في المقام الأول - كوسيلة تُتيح حدوث مواقف تواصلية جديدة، تُعزز - بدورها - أنماطًا جديدة من السلوك، ويقترح أيضًا - على وجه الخصوص - أن المشاهدين يحصلون شيئًا فشيئًا - عبر التلفاز - على معرفة بأماكن كانت تقبع من قبل خلف ستار، ويطلق على خلق منطقة تواصلية جديدة اسم «العرض الجانبي» أو «المنطقة الوسطى» middle region (1985, p. 47). يلاحظ ميرويتس أن «الممثل الكفؤ يقوم بتعديل دوره بحيث يكون ملائمًا للمعلومات الجديدة المتاحة للجمهور»

(1985, p. 47) ، ولكنه يؤكد أنه على حين تكون «أنماط السلوك الخاصة بالمنطقة الوسطى - بمعنى ما - ببساطة أنماط سلوك منطقة أمامية جديدة... فإننا إذا ما فكرنا فيها - فقط - بوصفها أنماط سلوك خاصة بالمنطقة الأمامية، فإننا نفقد القدرة على تبين طبيعة التغير السلوكي واتجاهه». (1985, p. 48).

يذهب ميرويتس إلى أنه بينما يكون بمقدور الأفراد التكيف على المدى القريب مع الأساليب التي يكشف بها التلفاز عن أنماط السلوك الخاصة بمناطق الكواليس الخاصة بهم وبالآخرين، فإنه يصير من المستحيل بالنسبة إليهم - على المدى البعيد - الحفاظ على «المنطقة الأمامية» لديهم بالأسلوب نفسه:

«يمكن لمنطقة خلفية كُشف عنها أن تتحول على نحو نسبي - لفترة قصيرة - إلى عرض تقليدي ينتمي للمنطقة الأمامية. سيكون بمقدور عدد أقل من الممثلين التحكم فيما يشاهده الآخرون عنهم والحد منه، ومع ذلك، ينبغي أن يصل الضوء إلى المزيد من أنماط السلوك الخاصة بالمناطق الخلفية. وعلى سبيل المثال، يمكن لمراهق مهمل أن ينظف غرفته حين تأتي عمته لزيارة أسرته في العيد، ولكن إذا ما قررت العمة الإقامة مع أسرته لمدة ستة أشهر، فلا ريب في أنها ستشهد صورة أخرى... فكلما زادت مدة ملاحظة البشر، وكلما ازددنا اقترابًا منهم، سواء بشكل شخصي أو عبر الكاميرا أو الميكروفون، صار سلوكهم أكثر تجردًا من رموزه وخصائصه الاجتماعية».

(1985, p. 48)

يعتقد ميرويتس أن التحول في السلوك يحدث بأسلوب «خفي إلى حد بعيد» لأن «البشر سرعان ما يتكيفون مع التعريفات الجديدة للمواقف (1985, p. 48)، وبحسب دراسته، فإن القلة التي تظهر على شاشة التلفاز هي وحدها التي تنمو لديها أنماط سلوك «المنطقة الوسطى»، وينصب اهتمامه بالأساس على الأثر الذي يتعرض له الآخرون نتيجة لرؤية هذا الإفصاح المتزايد عن الذات بين من يرونهم على شاشة التلفاز، ولكن بحسب ما سوف أناقشه في الأجزاء التالية من هذا الكتاب، فإننا كثيرًا ما نتصرف من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل «طواقم التصوير» في التلفاز، وبالتالي تكون أنماط السلوك الخاصة بالمنطقة الوسطى أكثر شيوعًا، ويبدو أن ميرويتس كان محقًا؛ ففي حالة المراقبة المستمرة عن قرب للذات، يكون من الصعب - إن لم يكن من المستحيل - أن نراقب باستمرار ما نقوم به من أنشطة للإفصاح عن الذات من أجل جعلها أنشطة ملائمة للتعريف بالذات.

العنوان الفرعي لكتاب «لا مغزى للمكان» هو «أثر وسائل الإعلام الإلكترونية في السلوك الاجتماعي» The Impact of Electronic Media on Social Behaviour، ولكن تتركز ميرويتس لوسائل الإعلام تتركز في المقام الأول على دور التلفاز. يذكر ميرويتس الحاسوب بشكل عابر، باعتبار أنه مجرد شكل بديل من أدوات استرجاع المعلومات. قد يكون الحاسوب أكثر كفاءة من التلفاز، ولكنه أقل انتشارًا أيضًا (1985, p. 324–328). ونظرًا لما كانت عليه تقنيات الحاسوب في

ذلك الوقت، فإنه لم يتخيل أن يكون أداة للتواصل بين الأفراد، كما لم تُدرس الأساليب التي قد يختلف بها التواصل عبر الحاسوب - بشكل جوهري - عن التواصل المتلفز. وفي واقع الأمر، فإن ميرويتس لم يركز اهتمامه على طبيعة التفاعلات التي تحدث من خلال التلفاز على الإطلاق، انصب تركيزه على الأثر التراكمي المُفتَرَض للتعرض لمعلومات اجتماعية جديدة صارت متاحة عبر هذا الموقف التواصلي الجديد. ونتيجة لذلك، فإنه لم يأخذ في اعتباره - بشكل كافٍ - الأسلوب الذي يمكن أن يتكيف من خلاله الأفراد والمؤسسات، كرد فعل على مثل هذه المواقف، ومن أجل تقديم إطار يُركز على الأسلوب الذي يمكن من خلاله لخصائص محددة لأشكال معينة من وسائل الإعلام أن تشكل التفاعلات، ويُركز أيضًا على الأساليب التي يمكن للأفراد أن يتكيفوا من خلالها مع هذه الضغوط. دعنا نتحول الآن إلى ما قدمه جون بي. طومسون John B Thompson.

طومسون: أشكال جديدة من التفاعل ودور الخيال

في كتابه «وسائل الإعلام والحداثة» The Media and Modernity (1995)، يرسم طومسون صورة لأنماط التفاعل، ويقارن في هذه الصورة بين التفاعل وجهًا لوجه وطائفة متنوعة من أشكال التفاعل غير المباشر. يقدم طومسون تعريفًا فضفاضًا للتفاعل غير المباشر: «يتضمن التفاعل غير المباشر استخدام وسط تقني (الورق، الأسلاك الكهربائية، الموجات الكهرومغناطيسية...إلخ)، يُمكن من نشر محتوى

معلوماتي أو رمزي إلى أفراد في مكان آخر أو زمن آخر أو الاثنين معًا» (المرجع السابق، ص 83). بعد ذلك يُقسم طومسون التواصل عبر وسائل الإعلام إلى نمطين، فهناك التواصل الذي يستهدف «آخرين محددين»، ويتخذ الشكل «الحواري»، ويسميه «التفاعل عبر وسيلة تقنية» mediated interaction (الذي سوف أناقشه - ابتغاء الوضوح - بوصفه التفاعل غير المباشر بين الأفراد)، وهناك التواصل الذي يستهدف «مدى غير محدد من المُستَقبلِين المحتملين»، والذي يتخذ - في المقام الأول - صورة الحوار من طرف واحد، ويُبثُّ عبر وسائل الإعلام الجماهيري، ويسميه «شبيه التفاعل عبر وسيلة تقنية» mediated quasi-interaction (المرجع السابق، ص 85).

يُميز طومسون هنا بين شبه التفاعل، والتفاعل غير المباشر بين الأفراد باستخدام ثلاثة معايير متمايزة أصنفها تحت الأسماء التالية: الجمهور المستهدف (محدد أم غير محدد)، والاتجاه المُتصَوَر أو المرغوب للتفاعل (سواء كان التواصل حواريًّا أو على هيئة حوار من طرف واحد)، وطبيعة الوسيلة التقنية المسنخدمة للتواصل (وسائل الإعلام الجماهيري أم وسائل التواصل البينشخصي) (المرجع السابق، ص 85-84). ثمة روابط ضمنية بين هذه المعايير الثلاثة، ومع أن طومسون لم يذكر ذلك صراحة، إلا أن حُجته ربما تذهب إلى أنه نظرًا لأن الرسائل التي يجري بثها عبر وسائل الإعلام الجماهيري قد لا تستهدف آخرين على نحو محدد أو منفرد؛ إذ يدرك مستقبلو مثل هذه الرسائل أنهم ليسوا مستهدفين على نحو محدد، وبالتالي

لا يحاولون - بشكل عام - الدخول في حوار مع صاحب مثل هذه الرسائل، ومن ثم يَفهم كل طرف من طرفي العملية التواصلية توقعات الآخر ويستبقها. ومع أن طومسون يصف الجمهور الذي يستهدفه التواصل الجماهيري غير المباشر بأنه «غير محدد»، إلا أن هذا لا يكون صائبًا إلا من جهة عدم استهداف أفراد بعينهم؛ فبشكل عام عادة ما يكون ثمة تصور ما عن فئات مُحددة (جغرافية أو اجتماعية سكانية) من القراء أو المستمعين أو المشاهدين، سواء كان ذلك وفقًا لمصالح المعلنين، أو لأسباب تقنية، أو لمجرد محتوى الرسالة. عادة ما تكون ثمة تكلفة كبيرة لخلق مثل هذا التواصل ونشره؛ وبالتالي يمكن افتراض جمهور مستهدف من أجل تبرير تكبد مثل هذه التكلفة: «يعتمد أصحاب الرسائل على رغبة المتلقين في رؤية الرسالة وعلى دعم هؤلاء المتلقين» (المرجع السابق، ص 99).

بعد ذلك يستطرد طومسون لعرض مشكلة تقسيمه لوسائل الإعلام إلى حوارٍ (من طرفين)، وحوارٍ من طرف واحد. يشير طومسون إلى أن «الكثير من التفاعلات التي تحدث ضمن أحداث الحياة اليومية قد تتضمن مزيجًا من الأشكال المختلفة للتفاعل، أو أن يتصف التفاعل - بعبارة أخرى - بخصائص مختلفة (المرجع السابق، ص 85). يُمكن للأفراد أن يتكيفوا مع القيود التقنية التي تعوق سلاسة التواصل ضمن أحد الوسائط، أو محاولة تعويض القصور الناجم عن ذلك باستبدال أسلوب بآخر. مثلًا، إن برامج التلفاز (عبارة عن حوار من طرف واحد بالأساس؛ حيث لا يمكن للمُقدّمين أن يروا مشاهديهم أو يروهم

مباشرة) قد تُشجع المشاهدين على الاشتراك في الحوار باستخدام التفاعل غير المباشر عبر الهاتف (مثل برامج تلقي الاتصالات الهاتفية). يُشير طومسون كذلك إلى أن «الأشكال الجديدة من التفاعل قد يخلقها – على سبيل المثال – تطور تقنيات جديدة للتواصل، تسمح بقدر أكبر من مشاركة المتلقين (المرجع السابق، ص 86)؛ ونظرًا لأن التقنيات المُشار إليها كانت لا تزال في بدايات مراحل انتشارها فإنه لم يتوسع – للأسف – في هذا الموضوع لأبعد من ذلك. لقد مكن ظهور التواصل عبر الحاسوب من إدخال «نمط مثالي» رابع من التواصل (متميز عن التفاعل وجهًا لوجه، والتفاعل غير المباشر بين الأفراد، وشبيه التفاعل غير المباشر) ينطبق عليه «منطق» هذا الوسط الجديد، والذي أسماه الباحثون «منطق التواصل عن بُعد»[4] (Ball-Rokeach & Reardon, 1988; Voiskounsky, 1997)، وهو ما سوف نتعرض له بمزيد من التفصيل في مواضع لاحقة من هذا الفصل.

وعلى الرغم من أن صورة الأنماط غير المباشرة لدى طومسون قد تكون نافعة في حد ذاتها حين يتم التوسع فيها لتشمل «منطق التواصل عن بُعد»، فإنها نافعة أيضًا بقدر توجيهها لانتباهنا، ليس فقط لكيفية تأثير الخصائص التقنية لأدوات تواصلية محددة في التفاعل، ولكن لتركيزها أيضًا على أهمية دور الخيال في تصور سياق التفاعلات غير المباشرة. وبحسب وصف طومسون:

«في حالة مواقف التفاعل وجهًا لوجه، يكون المتحاورون قادرين (وعادة ما يكونون مجبرين) على الأخذ بالحسبان الأساليب التي

يستجيب بها الآخرون إلى ما يقولونه، وفي تعديل أفعالهم وكلماتهم اللاحقة في ضوء هذه الاستجابات، وبقدر ما يكون التفاعل غير المباشر حواريًا (كما في حالة المحادثات الهاتفية)، فإنه يتضمن أيضًا المراقبة اليقظة لاستجابات الآخرين، رغم أن الآليات والتلميحات الرمزية المُتاحة للمشاركين في هذه الأغراض عادة ما تكون أكثر تحديدًا».

(J. B. Thompson, 1995, p. 96)

وفي مقابل ذلك، يكون منتجو الرسائل في حالة وشبه التفاعل «محرومين من هذا النوع من الإفادات المستمرة والفورية، والتي ستمكنهم من تحديد إلى أي مدى قد تحقق الهدف المتمثل في وصول رسائلهم وفهمها، أو ما إذا كان ذلك لم يتحقق من الأساس». يذهب طومسون إلى أن هذه الإفادات تُمكنهم من تحديد مسار ومحتوى شبه التفاعل من دون الأخذ بالحسيان استجابة المُتلقي»، ولكنها أيضًا «مصدر محتمل للريبة والمتاعب» (المرجع السابق، ص 97). إن الرسالة ليست هي العامل الوحيد في شبه التفاعل غير المباشر؛ فمعرفة استجابة المتلقي (سواء كانت «مُعطاة» بشكل صريح أو «يُكشف عنها» بمصطلح جوفمان (1959)، مهمة أيضًا.

ينصب تركيز طومسون - في المقام الأول - على مُستقبِل التواصل الجماهيري غير المباشر وليس على مُنتِج الرسالة، وبالتالي لم يُقدم تحليلًا عميقًا لكيفية استجابة أصحاب الرسائل لهذا الموقف من انعدام اليقين. ومع ذلك، فإذا لم يكن إدراك ردود أفعال الجمهور

مباشرًا، برغم أنه ينبغي أخذها في الحسبان، فمن الجلي أن خيال المُرسِل سيلعب دوره هنا. إن اثنين من معايير التمييز الثلاثة التي حددتها في السطور السابقة التي قام طومسون - بناء عليها - بالتمييز بين التفاعل غير المباشر بين الأفراد وشبه التفاعل غير المباشر، هما - بطريقة ما - أنشطة خاضعة للتخيل؛ حيث إن المهم في تصور إطار التفاعل غير المباشر هو الجمهور «المُستهدَف» وليس الفعلي، والمستوى «المتوقَّع» من التفاعل. ومع أن الوسط التواصلي المختار يمكن أن يؤثر في احتمالية التفاعل (بالنظر إلى المحددات التقنية)، أو على الحجم الفعلي للجمهور وعلى تركيبته بطريقة تؤثر في توقعات صاحب الرسالة، إلا أنه دائمًا ما سيكون ثمة شيء من اللايقين بشأن الجمهور في أنماط التواصل غير المباشرة، وهو ما ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار. وسنرى في الفصل الرابع كيف ستبرهن الطريقة التي يُتصور بها ذلك في حالة المدونين الذين قابلتهم على أهمية التمييز بين الاستجابة للجمهور المُتخيل، والمُحتمل، والفعلي.

طومسون: الوسائط والزمان-المكان

يتطرق عمل طومسون إلى إعادة تنظيم الزمان-المكان الذي يمكن أن ينجم عن استعمال الوسائط. وفي كتاب «وسائل الإعلام والحداثة» يُحدد طومسون بعض التضمينات. فعلى الرغم من أن تبادل المحتوى الرمزي وجهًا لوجه من كلا الطرفين يتطلب وجودهما في المكان نفسه والزمان نفسه، فإن استعمال الوسائط يُقيم حاجزًا

في عملية التواصل، فعن طريق استعمال التواصل الإلكتروني، يمكن للمحتوى الرمزي أن ينتقل عبر مسافات بعيدة بشكل آني تقريبًا، وبهذا الشكل تنفصل الخبرة الآنية عن الظرف الذي يقتضي وحدة المكان. لقد صار من الممكن أن نعرف أحداثًا وقت وقوعها على الرغم من واقعة حدوثها في أماكن نائية» (J. B. Thompson, 1995, p. 32). ونتيجة لذلك، «لم تعد الآفاق المكانية لفهمنا محدودة بالحاجة إلى أن نكون موجودين جسديًا في الأماكن التي تحدث فيها الأحداث الواقعة في مجال ملاحظتنا (J. B. Thompson, 1995, p. 34).

ولتحليل طومسون لتضمينات الانفصال بين الزمان والمكان في مجال التلفاز بالنسبة للمنتج والمتلقي أهمية خاصة، فبحسب ملاحظته، فإن إحداثيات الزمان-المكان لسياقات المُنتِج، وللرسالة نفسها، وللمستَقبِل تكون منفصلة، وتُجمع جميعًا من قِبل المُشاهِد في عملية يدعوها بـ «إدخال الزمان-المكان»:

«فعند استقبال الرسائل المُتلفزة، يتوجه الأفراد بشكل تقليدي نحو إحداثيات الزمان-المكان التي تختلف عن تلك الخصائص الخاصة بسياقات الاستقبال، ويقومون بإدخال إحداثيات الزمان-المكان الخاصة بالرسالة في الأُطر الزمانية-المكانية لحياتهم اليومية» (J. B. Thompson, 1995, p. 93)

يضيف طومسون أن التلفاز يتطلب من المتلقين أن «يفاضلوا على نحو فعال بين الأُطر الزمانية-المكانية المختلفة الموجودة على

الساحة» (المرجع السابق، ص 94)، فإذا ما كانوا غير متأكدين من هذه الأُطر، فإنهم يمكن أن يصيروا حائرين ومرتبكين:

«تصير خبرة (المشاهدين الأكفاء) بالزمان والمكان منفصلة على نحو متزايد، نظرًا لأنهم يكونون قادرين على التحرك بين العالمين كليهما، الواقعي والخيالي، بضغطة زر. ومع ذلك، وبرغم حرية الحركة المتزايدة، يظل إطار الزمان-المكان لسياق المُستقبِل هو «الإطار الأصلي» بالنسبة لمعظم المشاهدين؛ نظرًا لأن موضوعات حياتهم تكون مُتجذِّرَة - في المقام الأول في السياقات العملية لحياتهم اليومية».

(المرجع السابق، ص 95)

وبدون التطرق إلى التحليل، يذكر طومسون حقيقة أن التواصل عبر الوسائط عادة ما يؤدي إلى «إتاحة ممتدة في الزمان والمكان [للتواصل]» (المرجع السابق، p. 84-85). يتطرق جوفمان أيضًا - على نحو غير مباشر - إلى أهمية هذا الجانب من الزمان في كتابه «تحليل الإطار» Frame Analysis، مع إشارة خاصة إلى المخاطر المُحتملة لخسارة ماء الوجه التي قد تحدث عند التفاعل خارج حدود السياق الزماني الأصلي:

«فعلى الرغم من أن الفرد يُقدِّم نفسه في أي مناسبة، وأمام أي جمهور، فإنه في أماكن وأزمنة أخرى وأمام جمهور مختلف يسلك بطريقة تتجاهل هذا الاستعراض الأولي، بينما تتركز الأضواء على أنماط أخرى من سلوكه.

«إن عوائق الاتصال من قبيل الأسوار والمسافات، جنبًا إلى جنب مع عزلة الجمهور، تضمن ألا يحدث مثل هذا التجاهل. إن أية مراقبة لسلوك أي فرد (لا يكون واعيًا به) ستؤدي حينئذ إلى ظهور قوة تشويه السمعة؛ فسائر أشكال المراقبة السرية تؤدي إلى الحط من قيمة النشاط اللاحق، وتُحيله إلى أداء زائف».

(Goffman, 1986 [1974], pp. 168–169)

ومع أن المدى الجغرافي الأوسع، الذي توفره الوسائط للرسائل -على نطاق واسع يُفعم ويُحلل- من حيث علاقته بوسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الإعلام، إلا أن تبعات المزيد من الإتاحة الزمنية المُمتدة لم تحظَ بالدراسة الكافية.

يوضح فيكتور ماير شونبرجر Viktor Mayer–Schönberger (2009) بحماس أهمية العاملَين معًا باستخدام دراستين للحالة. كانت ستاسي سنايدر تتهيأ لكي تصبح معلمة، ولكن صورة لها وهي ثملة (على صفحتها على إحدى وسائل التواصل الاجتماعي) وصلت إلى جمهور غير مرغوب (إدارة الجامعة) التي منعتها من إتمام الحصول على مؤهلها. أما أندرو فيلدمار فقد كتب عن تعاطيه لعقار إل. إس. دي. LSD في ستينيات القرن الماضي، وبعد ذلك بحوالي أربعة عقود وجد أنه ممنوع من دخول الولايات المتحدة الأمريكية بسبب ذلك.

«وبالنظر إلى الوراء، ربما كانت ستاسي ستمارس ذاتية لو وضعت في اعتبارها من يمكنه أن يدخل إلى صفحتها إضافة إلى أصدقائها،

ولمارس أندرو قدرًا أكبر من الرقابة على كتاباته بناء على ما قد يحمله المستقبل غير المنظور، وهذا ما يجعل حالة أندرو أكثر إثارة للمتاعب، فإذا ما تخيلنا كيف سيقوم شخص ما - ربما بعد مرور عدة عقود - بتفسير وتقييم كلماتنا، فلربما نكون أكثر حرصًا قبل التصريح بأي شيء. وإذا كانت حالة ستاسي جزءًا من النسخة المكانية لسجن مراقبة الكل Panopticon الذي صممه عالم الاجتماع البريطاني جيريمي ببنثام Jeremy Bentham في العام 1791، حيث لا تعلم من يراقبها، ولكن كان عليها أن تفترض أن الجميع يراقبوها، فإن قصة أندرو تمثل نسخة زمانية أكثر تقييدًا من مبنى سجن المراقبة الجماعية».

(Mayer–Schِnberger, 2009, p. 111)

ومثلما سأناقش في الفصل الخامس، فإنه يمكن أن يوجد اختلاف في الدرجة التي يمكن بها لمعلومات محددة متاحة على وسائل التواصل الاجتماعي أن تصير متاحة في أزمنة أخرى أو في أماكن أخرى (متصلة أو غير متصلة بالشبكة العنكبوتية). عند تحليل هذا الأمر يكون من المفيد أن نُميز بين اثنين من «الإحداثيات الزمانية-المكانية» المختلفة المحتملة للاستقبال. سوف أُسمّي الأول بالاستقبال أو «التلقي الأولي» Primary Reception، الذي يحدث في زمن قريب من زمن نشر المنشور، والثاني بـ «التلقي الثانوي» Secondary Reception، الذي يحدث بعد مرور فترة زمنية أكبر. يُمكن للتلقي الثانوي على الأرجح أن يؤدي - من بين عوامل أخرى - إلى الإضرار بما يُنشر

حاليًا، وسوف أعرض وجهة نظري في أن بعض المشكلات التي تواجه مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي تنبع من تركيزهم على التلقي الأولي لرسائلهم وإغفالهم التلقي الثانوي.

يناقش القسم التالي نظريات ترتبط تحديدًا بالتواصل عبر الحاسوب، ويُقدم مفهومًا جديدًا للتواصل عبر الحاسوب يرتبط - على وجه الخصوص - بوسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما أسميته «التواصل الغائي المترابط» Interlinked telelogic communication.

نظريات التواصل عبر الحاسوب:

الحواسيب تُمكّن التواصل الغائي

تُتيح أجهزة الحاسوب التواصل الغائي كما لاحظنا سابقًا عند مناقشة شكل أنماط التواصل غير المباشر لدى طومسون، فقد فرض ظهور شبكات الحاسوب إدراك صورة أو طائفة جديدة من التواصل الغائي teleologica؛ أي ارتباط التواصل بغايته أو نهايته أو هدفه. تعكس هذه الصورة السهولة التي يُمكن بها للأفراد الذين يستخدمون أجهزة الحواسيب أن يصلوا بها إلى الآخرين أو يصل بها الآخرون إليهم بتكلُفة بسيطة. ونظرًا لحقيقة أن التواصل عبر الحاسوب أن يصل إلى قاعدة عريضة من الجمهور، فإنه يشبه الحوار من طرف واحد في حالة وسائل الإعلام الجماهيري، ولكن لأنه يُمكّن مَن تصل إليهم من الاستجابة له، فإنه يكون - من بعض الجوانب - حوارًا ثنائيًّا. يذهب بول-روكيتش،

وريردون Ball–Rokeach & Reardon إلى أن «شكل التواصل الغائي يتميز ببعض خصائص التفاعل البينشخصي وبعض خصائص الإعلام الجماهيري؛ إلا أن فكرة أن التواصل الغائي ما هي إلا خليط من صور التفاعل البينشخصي والإعلام الجماهيري لا يُمكنها أن تُفسر النمط الكلي من الاختلافات» (Ball–Rokeach & Reardon, 1988, p. 147). إن إحدى الخصائص الجديدة الرئيسة لهذا النوع من التواصل، والتي تميزه عن غيره من صور التواصل، الأخرى هي قدرته على إتاحة التواصل التفاعلي مع جمهور يتكون بشكل جزئي أو كلي من أشخاص ليس للمتواصل معرفة سابقة بهم – وهو ما يُدعى أحيانًا «بالحوار متعدد الأطراف» multilogue، لـ(Kitzmann, 2003; Serfaty, 2004; Shank, 1993).

تُتيح الشبكة العنكبوتية أنواعًا كثيرة من التواصل، إلا أنها كلها ليست غائية. إن صفحة الويب التي لا تُقدم معلومات الاتصال الخاصة بمالكها تُمثل نمط حوار من طرف واحد، ويُمثل البريد الإلكتروني (باستثناء قوائم البريد الإلكتروني) حوارًا ثنائيًا في المقام الأول؛ نظرًا لأنه يشتمل بشكل عام على التواصل مع آخرين معلومين ومحددين. وبشكل عام تتباين خصائص وسائل التواصل الاجتماعي بالنظر إلى الموضوع والأوضاع الخاصة بها، فعلى الطرف الأقصى يبدو أن السمات التقنية للمدونات الإلكترونية تنحاز للتواصل الغائي؛ نظرًا لأن النشر على المدونات الإلكترونية – بالأساس – يكون متاحًا لجمهور غير محدد وغير محدود، ولأنه يستدعي – بالتعريف – استجابات القراء؛ سواء عبر قسم «التعليقات» أسفل كل منشور أو عبر البريد الإلكتروني وغيره

من معلومات الاتصال التي قد تكون موجودة في الصفحة الشخصية للمدون. ومن ناحية أخرى، من الممكن أن تُصمم مواقع التواصل الاجتماعي لمخاطبة مجموعة صغيرة من الأصدقاء، وثمة عدد متزايد من مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة التي صُمِّمت لإيجاد مساحات تواصل بين أفراد الأسرة فقط (http://notabli.com/)، أو حتى مع «آخرين بعينهم» (http://couple.me/)، ما يجعلها حوارًا بين طرفين على نحو واضح.

مرة أخرى، من المهم أن نُميز بين ما يُقدمه تطبيق ما للتواصل الاجتماعي أو ما صُمِّمَ من أجله، وتوظيف مُستخدميه له. وعلى سبيل المثال: يؤكد من يحاولون تعريف المدونات والتدوين الإلكتروني مرارًا وتكرارًا على أهمية التفاعل مع جمهور المدونين في تعريفاتهم، مصنفين التدوين الإلكتروني بوصفه ممارسة أساسية للتواصل الغائي (Conniff, 2005; Halavais, 2005; Nardi, Schiano & Gumbrecht, 2004; Rettberg, 2008; Walker, 2005)، نظرًا لأن التدوين الإلكتروني في معظم حالاته يسمح بالتفاعل، ويبدو أنه يُشجعه. يؤكد ناردي Nardi –على سبيل المثال– أن «التدوين إذن، مثله مثل رقصة المنيويت minuet ثنائية الشكل بين المُدون وجمهوره؛ فيهتم المدونون بجذب انتباه الجمهور، وتغذيتهم الراجعة، ومشاعرهم إزاء ما يكتبونه» (Nardi et al., 2004). ومع أن هالافيس Halavais يُقر بأن «عددًا كبيرًا من المدونين قد يُصنفون بوصفهم (مجموعة من الهامسين)... الذين يبدو أنهم يكتبون مدوناتهم في فراغ، دون وجود تعليقات

واضحة أو قارئ مُحدد»، إلا أنه يستطرد قائلًا «وبالرغم من ذلك، فإنه من الواضح أن أحد دوافع التدوين هي الحصول على تغذية راجعة من القراء عبر التعليقات أو الروابط أو غيرها من قنوات الاتصال» (Halavais, 2005). وبحسب ما يكشف عنه انتقاء هالافيس لمصطلحاته، ثمة وصمة يوصم بها الأفراد الذين لا يبدو أنهم يستخدمون المدونات الإلكترونية كوسيلة للتواصل الغائي من قِبَل كلٍّ من وسائل الإعلام والباحثين الأكاديميين، وهذا مُجرد مثال على مدى تأثير السياق الاجتماعي الأوسع لشكل محدد من أشكال التواصل على تقبُّل الناس واستخدامهم له.

يتفق ذلك مع نزعة لدى الباحثين في الإعلام لربط أشكال مُحددة من وسائل الإعلام -على نحو حصري- بعلاقة ما -أيًا كان نوعها- بين المُتصل والجمهور بحيث تكون ملائمة لهذه الوسيلة. من هنا فإن التفاعل وجهًا لوجه يُنظر إليه -بشكل عام- كموقف حواري على حين يكون ثمة نزوع للنظر إلى التواصل عبر المذياع والتلفاز بوصفهما مواقف إذاعية أو حوارية من طرف واحد. وعلى نحو عملي، وحسبما أشار الكثير من دارسي المدرسة الاجتماعية البنيوية Social Constructivism School في سياقات أخرى، يُمكن أن يتم اللجوء إلى التقنيات ضمن طائفة متنوعة من الأساليب التي لا تراعي بالضرورة ما يبدو لاحقًا أنه قدراتها «الطبيعية»، ففي وقت من الأوقات كان يُنظر للمذياع بوصفه وسطًا للتواصل من «طرف إلى طرف»، بينما كان يُنظر إلى الهواتف في بدايتها من قبل البعض بوصفها وسيلة

إذاعية Broadcasting Medium لـ (Pool, 1977, p. 19) – وهو ما يقلب تمامًا الطريقة التي يُستخدمان بها في الوضع الحالي، ما يعني أن التقنية حتمية ولا مفر منها (Marvin, 1988; Winston, 1998). لقد تم تصميم الأربانت ARPANET، سلف الإنترنت، لإتاحة استخدام البيانات وبرامج المعالجة للمستخدمين عن بُعد، وليس لتيسير التواصل (Hafner & Lyon, 1996, p. 189). وعلاوة على ذلك، فمع تزايد توظيف التقنيات الرقمية التفاعلية في الممارسات الحالية (كما في حالة التلفاز التفاعلي)، فقد أخذت الحدود التي بدت فاصلة بين النشر والتواصل البيني تختفي.

التقدم المستمر للتواصل عبر الحاسوب

من الأمور المعتادة في التحليل النصي ربط أي نص –سواء بشكل صريح أو ضمني- بمجموعة من النصوص الأخرى – وهذا ما يدعوه جينيت النصوص المحاذية أو الملحقة paratexts (Genette, 1997). فمع انتقال التواصل عبر الحاسوب بشكل متزايد نحو منصات الروابط على الشبكة العنكبوتية، ومع رغبة مقدمي خدمات شبكات التواصل الاجتماعي – على وجه الخصوص – في زيادة الروابط بين المستخدمين إلى الحد الأقصى والتعبير عن ذلك بأشكال بيانية، صار الارتباط المتبادل بين الرسائل وغيرها من الرسائل والبيانات، سواء كان ذلك قصديًا أم آليًا – أيسر وأكثر شيوعًا؛ ولذلك تبعات مهمة بالنسبة للمخاطر المتوقعة ولاسيما الناتجة عن الكشف عن الهوية

عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فإذا ما استخدمت فيسبوك للتواصل مع الأصدقاء بخصوص حفلة أقمتها وكنت أنت أحد حضورها، فربما يتضمن ذلك صورة لبعض الأشخاص الآخرين من الحضور بما فيهم أنت. يُعزز فيسبوك بشكل مُتعمد من إقامة الروابط - على نحو مُكثف - بين الرسائل، كما يُشجعني على إضافة علامة أو إشارة إلى الأشخاص في الصورة وذكر أسمائهم إذا ما كانوا مذكورين في وصفي النصي للحدث. وإذا ما قطعت الشوط لآخره، فإن أخبار هذا الحدث لا تصل فقط إلى أصدقائي، بل قد تصل أيضًا إلى أصدقائك وأصدقاء جميع من ورد ذكرهم أو تم تصويرهم، وعلى الرغم من أنه من الممكن أن تنسحب من الانغماس في روايات الأصدقاء بهذه الطريقة على فيسبوك، إلا أن هذا عادة ما يكون الاستثناء.

إن فيسبوك هو الموقع الذي يبدو أنه قد نقح أساليب توفير وتشجيع إقامة الروابط المتبادلة بين المنشورات بشكل أكثر فعالية، وإن كان ذلك قد تم إلى حد بعيد في إطار بيئته شبه الخاصة. ومع ذلك، فحتى قبل ظهور فيسبوك، كانت إحدى الخصائص المميزة لما سُمي ويب Web 2.0 (O'Reilly, 2006)، هي أن الكيانات الموجودة على الإنترنت تتمتع بأساليب للاتصال المتبادل مع بعضها وصارت معتمدة على بعضها بعضًا - على سبيل المثال - عبر واجهات برنامج التطبيق (Application Program Interfaces) المعروفة بـ APIs، أو باستخدام بروتوكولات من قبيل (Rich Site Summary) المعروفة بـ RSS. يسمح هذا للمستخدمين الأفراد أو للبرامج بسحب المعلومات

بشكل آلي من موقع وإدخالها أو التلاعب بها في موقع آخر. أحد الأمثلة المثيرة للجدل على ذلك تطبيق «فتيات حولي» Girls Around Me على iPhone. يستخدم هذا التطبيق API الذي يوفره تطبيق check-in التابع لفورسكوير Foursqure للعثور على النساء (أو الرجال) بالقرب من الموقع الحالي للمستخدم، ويعرض له صور ملفاتهم الشخصية (BBC News Online, 2012). من هنا، فإنه عبر استخدام صور الملفات الشخصة المقصود بها أن تكون مُتاحة على فورسكوير للمستخدمين بغرض مساعدة أصدقائهم على تحديد أماكنهم في تطبيق للمواعدة، فإنهم قد غيروا السياق، وبالتالي معنى المعلومات المتاحة بصفة عامة بشكل كامل.

وإضافة إلى هذه الروابط المتبادلة المباشرة، فإن حدوث التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تُقرأ باستخدام أدوات قادرة - من وجهة نظري - على القيام بعمليات بحث عن المعلومات الإضافية يعني أن أية رسالة تكون متصلة - بشكل ضمني - مع طائفة واسعة من الرسائل الأخرى، فيما تكون المعلومات قابلة للاستدعاء بسهولة عند نقطة الاستقبال. ويشير جينيت في سياق النصوص الأدبية المطبوعة إلى نوعين مختلفين من النصوص المحاذية هي: عناصر محيط النص، وعناصر النص الموازي، حيث لا تكون الأخيرة «ملحقة بشكل مادي بالنص» (Genette, 1997, p. 344). وهذا التمييز في حالة النصوص المنشورة على الإنترنت تعسُفي على نحو مُتزايد، وبالعودة إلى مثال الحفلة التي أقمتها، فإن فيسبوك قد لا يكشف مباشرة حقيقة حضورك

حفلتي فحسب، ولكن بمجرد ظهور اسمك أو غيره من المعلومات التي يُمكن البحث عنها؛ يمكن خلق صفحة شخصية لك قد تكشف عن أنه لم يكن يتعين عليك أن تكون هناك عبر خطوات محدودة من البحث عبر الإنترنت.

من الأمور ذات الأهمية الكُبرى عند النظر إلى المستقبل احتمالية الربط الآلي لمقادير متزايدة من البيانات البعدية (المُعطاة) مع كل رسالة تُشارَك عبر الإنترنت، وبالنسبة لذكر حفلتي على الإنترنت، فإنني قد أُقدم - بالصدفة - معلومات عن موقعها (تكون هذه المعلومات قابلة للاستخلاص بشكل متكرر من البيانات التي تُشارَك حين تلتقط صورة على هاتفك الجوال الحديث)، وزمانها، ومَن حضرها (بفضل تقنيات معرفة الوجوه)، بل وما إذا كان بعضهم أو كلهم يرتدي أزياءً معينة (باستخدام برامج مسح الصور). يُمكن لسائر هذه المعلومات أن تكون مترابطة بشكل آلي مع مُحركات البحث أو شبكات التواصل الاجتماعي أنفسها لرواية قصة عن الحفلة ومن حضر، من دون أي تدخُّل بشري. سنناقش ذلك لاحقًا في الفصل السادس.

تكشف الصعوبات التي يُقدمها الربط في التواصل الغائي، عن مواطن الضعف في دفاع الاعتقاد السائد لليبرالية الحديثة عن وسائل التواصل الاجتماعي؛ بالقول إن خيارات حماية الخصوصية متاحة لمن يرغبون في اللجوء إليها، وبالتالي يكون كل مستخدم لهذه الوسائل مسؤولاً عن مراقبة معلوماته الشخصية، وإذا لم يكن راضيًا،

فإنه يُمكن أن ينسحب - فحسب - من هذه الخدمة. ونظرًا للروابط المتداخلة والطبيعة المؤتمتة للكشف عن المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه لا يكفي أن تتحكم بحرص في منشوراتك على وسائل التواصل الاجتماعي، بل يتعين عليك أيضًا أن تكون واعيًا لاحتمال أن ينشر الآخرون أدلة تقوض من تعريفك لذاتك، وأن هذه الأدلة ستصبح مرتبطة بدورها بتعريفك الأصلي لذاتك.

قد لا يكون سوء النية متوافرًا فيمن يقومون بهذا النشر. مثال ذلك أن ليت وآخرون Litt et al وجدوا في دراستهم عن «التهديد الصريح» للطرف الثالث على فيسبوك (2014) أن أقل من ثُلث الأفراد الذين يُقررون تعرضهم للإساءة من قِبَل آخرين قد شعروا - بشكل عام - أن هذه الإساءة كانت مقصودة (Litt & Birnholtz, 2014). وبدلًا من ذلك، يبدو أن المشكلات تنجم - في الأغلب - بسبب عدم فهم الطرف الثالث مخاطر الإساءة حين يقومون بنقل المعلومات من سياق إلى آخر. وجد الباحثون أن 6% فقط من الأمثلة الضارة أو السببة للقلق التي أعطاها المستجيبون الذين شملت آخرين كشفوا عن سلوك مُخل بالمعايير المقبولة بوضوح. وفي مقابل ذلك، مثلت الأغلبية الساحقة لروايات انتهاك المعايير (39,3%) انخراط الآخرين في سلوك مقبول معياريًا بالنسبة لبعض مستخدمي فيسبوك، ولكنه غير معياري بالنسبة للبعض الآخر (Litt et al., 2014, p. 5).

من الممكن أيضًا أن يُحكم عليك ليس فقط من خلال ما تكتبه، ولكن أيضًا من خلال الروابط التي تستخدمها ومدى شبهك

لأصدقائك والمشاهير الذين تفضلهم، والموضوعات الإخبارية والثقافية التي تقرأها، سواء كان ذلك صائبًا أم لا. فقد وجدَت إحدى الدراسات المثيرة للجدل (على نحو متعمد) أنه يمكن التنبؤ بدرجة عالية من الدقة بما إذا كان أحد مستخدمي فيسبوك مثليًا أم لا عن طريق إحصاء عدد «أصدقائه» على فيسبوك الذين أقروا علانية بمثليتهم - ويُمكن القيام بذلك حتى حين تكون إعدادات الخصوصية للمُستخدم مُعدة بحيث لا يتمكن الباحثون من جمع المعلومات عنه (Carter & Behram, 2009). كذلك وجدت دراسة لاحقة أنه حين تمكن الباحثون من الوصول إلى بيانات كافية عن مستخدمي فيسبوك في الولايات المتحدة بالنسبة للمنشورات التي سجلوا عليها إعجابهم، باستخدام خدمة تُتيح ذلك (صارت متاحة الآن للجميع)، فقد استطاعوا التنبؤ بالتوجه الجنسي للمستخدم في 88% من الحالات، وبأصله إذا ما كان قوقازيًا أو إفريقيًا أو أمريكيًا بنسبة 95% من الحالات، وبما إذا كان ديموقراطيًا أم جمهوريًا في 85% من الحالات (Kosinski, Stillwell & Graepel, 2013).

التواصل عبر الحاسوب: تصور الآخر المجهول

اعتمدت الأبحاث الاختبارية للتواصل عبر الحاسوب في ثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي على تجارب تم فيها التمييز بين التواصل المتصل وغير المتصل بالإنترنت، مع دراسة مواقف تتضمن أطرافًا لم يتقابلوا أبدًا، مع التركيز - في الأغلب - على المواقف التي

كان يستخدم فيها الطرفان أسماء مستعارة. ركزت الدراسات – في المقام الأول – على الطريقة التي يُدرَك بها الطرف الآخر، وأثر مثل هذا الإدراك على محتوى التواصل.

صُنِّفت الأبحاث المُبكِرَة بوصفها مدرسة التواصل عبر الإنترنت دون الإشارات غير اللفظية (Culnan & Markus, 1987) ،Cues Filtered Out، التي ترى (طبقًا لمنطق جوفمان) أن نقص التغذية الراجعة البصرية والسمعية المتاحة للمتواصلين يجعل من الصعب على مستخدمي التواصل عبر الحاسوب الحصول على تصور واضح عن الشخص الذي يتواصلون معه، وأن هذا –بالتالي– قصور سيُصعب من استخدام التواصل عبر الحاسوب لأي غرض خلاف التواصل اللاشخصي الموجه لإنجاز مهمة مُحددة. ظهرت نظرية الحضور الاجتماعي (Short, Williams & Christie, 1976) Social presence theory قبل ظهور التواصل عبر الحاسوب، ولكنها كانت مؤثرة في الدراسات المبكرة التي تناولت التواصل عبر الحاسوب، فقد ركزت الانتباه على «الدرجة التي يُدرَك بها أن الوسيلة تنقل حضور الأطراف المتواصلة (Rice, 1993, p. 452)، ولكن – وبحسب دراسة رايس – فإنه لا توجد في كثير من الأحيان رابطة واضحة بين ميزات استخدام وسيلة معيّنة واختيارها كأداة للتواصل.

لاحظ هؤلاء الباحثون أيضًا في تجاربهم أن التواصل عبر الحاسوب كثيرًا ما يؤدي إلى ظهور سلوك مُعاد للمجتمع. ومع ذلك،

فقد صار من الجلي - بناء على ذلك - أن التواصل عبر الحاسوب كان كثيرًا ما يُستخدم لإرسال رسائل شخصية عاطفية، وأن السلوك العدواني كان أقل في بيئة العمل من مثيله في البيئة الاختبارية. فيما بحثت دراسات تالية، بلغت أوجها فيما سُمي نموذج سايد5 side، في التفسير الحتمي التقني الأولي للآثار المحتملة للتواصل عبر الحاسوب في هذا السياق، مع الأخذ في الاعتبار أن مستخدمي التواصل عبر الحاسوب سيحاولون ملء الفراغات في إشارات التواصل الاجتماعية، بالاعتماد على المعلومات المتاحة - أيًا ما كانت (وربما بالغوا في معنى الإشارات القليلة المُتاحة) خاصة حين يحدث التواصل عبر فترة زمنية ثابتة (Postmes, Spears & Lea, 1998). لاحظ والثر أن التواصل عبر الحاسوب كثيرًا ما نجم عنه «إدراك يأخذ شكلًا مثاليًا» عن الآخر، وفسر ذلك من خلال نموذجه عن التفاعل الشخصي المُفرط hyperpersonal. يستند والثر إلى نظريات جوفمان عن التعريف بالذات (1959)، ويشير إلى أن الإدراكات ذات الشكل المثالي كثيرًا ما تنشأ عن التواصل عبر الحاسوب بشكل لا تزامني، لأن مُرسلي الرسائل ينتفعون بميزة الزمن المُتاح «للتركيز على صياغة الرسالة للوفاء بمتطلب أو مجموعة متطلبات وفقًا لإيقاعهم الخاص» (Walther, 1996, p. 26).

أغفل هؤلاء الباحثون - في الأغلب - النظر بالتفصيل في السياق الاجتماعي المُتصور للتواصل، ففي معظم الدراسات التجريبية، كان السياق الاجتماعي مُصطنعًا بشكل كامل. فيما غلب على الدراسات

الطبيعية، أي ملاحظة الانسان في محيطه الطبيعي، في هذا السياق دراسة فضاءات محدودة للتواصل عبر الإنترنت - بشكل أو بآخر - في دراسة «المجتمعات الافتراضية»، على سبيل المثال، تناول الباحثون مساحات النقاش بشأن موضوعات محددة، وقوائم البريد الإلكتروني في مؤسسات بعينها، والنطاقات متعددة المستخدمين multi–user dungeons، من بين فضاءات أخرى (Hiltz, Johnson & Turoff, 1986; Kiesler, 1997; Postmes et al., 1998; Sproull & Kiesler, 1986). ربما لم يُقابل المشتركون في هذه الفضاءات أيًا ممن يتواصلون معهم، وربما لا يعرفون أرقام هوياتهم، ولكن يمكنهم أن يفترضوا - على نحو طبيعي - أن سياق التواصل مفهوم من الجانبين (أو وعلى نحو أكثر أهمية يعتقدون أن بوسعهم ذلك)، وفي حالة عدم التوافق، فقد يكونون قادرين على الالتجاء إلى أعضاء آخرين في الجماعة، ويشمل ذلك القادة (سواء كانوا يتمتعون بهذه المكانة بشكل رسمي أو عُرفي). لا ريب في أن نقص إشارات التواصل البصرية بالنسبة للتواصل قد يكون له أثره في مثل هذه الحالات، ولكن يُرجح أيضًا أن يكون إدراك الآخرين مشتركًا عبر طبيعة الفضاء على شبكة الإنترنت نفسها، كما لاحظنا سابقًا عند مناقشة طومسون والأشكال الجديدة من التفاعل وكما ذهب هوجان (2010) Hogan بعد ذلك. مثلًا، يمكن للمشاركين في مجموعة حوارية على الإنترنت عن مرض ما، أن يتوقعوا - على نحو مفهوم - من المساهمين الآخرين أن يكونوا مساندين ومتحمسين لسماع خبرات الآخرين، على حين قد يتصور

المشاركون في مجموعة للحوار السياسي المفتوح بشأن قضية خلافية المزيد من القراء المحتملين من أصحاب النظرة الناقدة.

وفي حالة مواقع التواصل الاجتماعي ذات الأغراض العامة التي عادة ما يُقصد بمحتواها أن يكون خاصًا (من الناحية الشكلية على الأقل)، كما في حالة فيسبوك وجوجل بلس +Google، فإن الجمهور المُتَصور قد يكون متعاطفًا، ولكن لا يكون ثمة إطار صريح يُملي موضوع النقاش. ومع ذلك، وحين يتم تلقي الاستجابات، فإنها عادة ما تكون معروفة وليست مجهولة، فيما يكون المستجيبون معروفين - على نحو طبيعي - على الأقل بالقدر الأدنى، بالنسبة للكاتب (وفقًا لإحدى الدراسات المسحية فإن 89% من الأصدقاء المستجيبين على فيسبوك في الولايات المتحدة هم أشخاص تقابلوا يومًا ما [Hampton, Goulet & Purcell, 2011, p. 27]).

وفي حالة المدون، ينتهي السياق الاجتماعي المُتخَيل إلى أن يكون واضحًا للغاية، وكما في حالة شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، نادرًا ما يعوز المدون الشخصي الموضوع الصريح أو المحددات التنظيمية التي توفر سياقًا اجتماعيًا جاهزًا. قد يكون من المتوقع من المدونين في هذه الحالة أن يتصوروا سياقًا اجتماعيًا يوفر قصدًا ذاتيًا وآمانًا نفسيًا لنشاطهم، ويرتبط بذلك أن حجب الهوية anonymity في التفاعلات - وهو الأمر الذي كثيرًا ما يتم التعامل معه بوصفه مؤثرًا مهمًا على السلوك على الشبكة العنكبوتية - يصعب

قياسه بالنسبة لنشاط التدوين. وحتى حين لا يستخدم المدونون أسماءهم الحقيقية ولا يعرضون صورهم الشخصية، فإنهم كثيرًا ما يكشفون عن معلومات تسمح لغيرهم بتحديدهم، ومع مرور الزمن، فإنهم قد يكشفون عما يكفي من المعلومات الشخصية ما قد يجعلهم يتوقعون من القراء أن يعاملوهم كما لو كانوا يعرفونهم. وبالمثل، يمكن لمَن يكتبون التعليقات على المدونات أن يكونوا مجهولي الهوية، ولكن من غير الواضح إلى أي مدى يُمكن تحديد هوية هؤلاء المستخدمين مجهولي الهوية من قِبل أصحاب المدونات. وفي النهاية، فإنه من غير الواضح ما إذا كان هؤلاء القراء الذين لا يختارون الكشف عن أي شيء يخص هوياتهم عبر كتابة التعليقات يمكن أن يُدركوا كمجموعة من قِبَل صاحب المدونة. فهل يمكن تصنيفهم - بشكل نظري - ضمن مجموعة واحدة بأسلوب يتخذ شكلًا مثاليًا جنبًا إلى جنب أولئك الذين يستجيبون بشكل كاشف؟ وبحسب اقتراح والثر فإنه «من المقبول على نطاق واسع - في حالة عدم الاتصال الحالي الآني بالشبكة العنكبوتية - أن نستجيب للآخرين بشكل عام - بناء على توقعاتنا بغض النظر عن سلوكهم الفعلي» (Walther, 1996, p. 28).

بويد Boyd: أن تصير «شخصية عامة على نحو متطرف»، وهوجان: الأداء أم الاستعراض؟

نظرت دانا بويد Danah Boyd بإيجاز في العديد من هذه الاعتبارات، وطبقتها بشكل مباشر على وسائل التواصل الاجتماعي

(2008a, 2008b). حددت بويد أربعة خصائص رئيسة للتواصل ضمن ما أسمته «الفضاءات العامة المتصلة عبر الشبكات»، وهي: التواصل (عبر الزمن)، وإمكانية الخضوع للبحث، والقدرة على النسخ، والجمهور غير المرئي. رأت بويد أن هذه الخصائص تؤدي إلى أن تكتسب هذه التفاعلات صفة «فرط العمومية» hyper public (d. boyd, 2008b, p. 128). ومع ذلك، فإن هذه الخصائص الأربعة ليست شائعة في جميع أشكال وسائل التواصل الاجتماعي. لا ريب في أن أي تواصل رقمي قابل للنسخ، وهو ما يرجع إلى الطريقة التي تتبعها الأجهزة الرقمية عادة في صنع نسخ لما تتلقاه من أجل عرضه، وحتى خدمات من قبيل سناب شات Snapchat التي تستهدف تيسير تبادل الصور التي لا تبقى على شاشة المستقبِل سوى لعشرة ثوان يمكن بسهولة أن تنحرف عن مقصدها (Ludwig, 2013). ومع ذلك، توجد الخصائص الأخرى التي حددتها بويد على نحو أكثر تباينًا في وسائل التواصل الاجتماعي، فإذا ما أخذنا تويتر على سبيل المثال، نجد تنوعًا في إمكانية البحث واستمرارية التغريدات tweets. يُمكن لموقع تويتر نفسه والشركات التي تعقد شراكات معه أن يبحثوا عن أية تغريدة ظهرت منذ بدء الخدمة. أما عموم الناس الذين لا يُقدمون دعمًا ماليًا لأي من شركاء تويتر، والذين يسعون للبحث في كامل سجل تويتر عبر كلمة مفتاح، فلن يحصلوا سوى على عدد محدود من نتائج البحث، في حدود سبعة أيام مضت. يشير هذا التباين في كل من الإمكانيات والممارسات بالنسبة لمنصات محددة إلى الحاجة إلى النظر بشكل

منفصل في السياقات المحددة المحيطة بالتفاعلات عبر الإنترنت، وذلك على نحو ما سوف أوضح - بشكل نظري - في القسم المقبل، وسوف أتطرق إلى دراسات حالة لأشكال محددة من وسائل التواصل الاجتماعي في الفصلين التاليين.

وبرغم ذلك، كانت الخصائص التي حددتها بويد مفيدة كموجز «لخصائص المخاطر» الرئيسة لوسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن أن تؤدي إلى متاعب تفاعلية.

يميز هوجان (2010) Hogan بين «الاستعراض» و«العرض» على الشبكة العنكبوتية. فيصف الأول بأنه يحدث بشكل متزامن و«خاضع للملاحظة المستمرة والمراقبة الذاتية كوسيلة لإدارة الانطباعات» (المرجع السابق، p. 384). وفقًا لهوجان، ينصبُّ معظم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على خلق وصيانة الأدوات (الصور والمنشورات... إلخ) التي تُحفظ كما لو كانت في صالة عرض، ونظرًا لأنه «من غير العملي ببساطة أن نُعين أحدهم ليكون قيمًا حارسًا على المعلومات الاجتماعية للمرء، وتكون مهمته إعداد عرض متفرد وواضح لمعلومات كل شخص ليكون جاهزًا عند الطلب، (ومن ثم) تولت أجهزة الحاسوب هذه المهمة» (المرجع السابق، p. 381).

يُقدم هوجان في دراسته تمييزًا مفيدًا بين «ما يستدعي الحاضر من أجل الفهم وما لا يتطلب ذلك»؛ لافتًا انتباهنا مجددًا إلى أهمية

الزمن كسياق لاستقبال الرسالة، وعبر توجيه الانتباه إلى وجود «قَيم» أو مسؤول (خوارزمي عادة)، فإنه يؤكد - بشكل ضمني - على أهمية القوة الخفية - غالبًا - للإطار التقني لتشكيل التفاعل عبر الشبكة العنكبوتية، وهو الموضوع الذي سنعود إليه لاحقًا. كما يشير بشكل ضمني أيضًا إلى ما سوف أشير إليه بوصفه «معايير محلية» لخدمات محددة على الشبكة العنكبوتية (في مقابل ما أدعوه بـ «المعايير المجتمعية» الأوسع مجالًا التي قد يشترك فيها الأفراد، كنتيجة - على سبيل المثال - لمكانتهم الاجتماعية الاقتصادية أو خلفيتهم الثقافية). يقترح هوجان (مكررًا ما قالته بويد) أن المشاركين في وسائل التواصل الاجتماعي يكونون مدركين للمتابعين غير المرغوب فيهم الذين يمكن أن يطّلعوا على المحتويات الخاصة بهم.

«قد لا يكون قصد الفرد أن يوجه منشوراته لأبويه (أو لأطفاله أو لطلابه) على فيسبوك، ولكن - مرة ثانية - يقوم الفرد بتحرير منشوره في ضوء واقعة أن هؤلاء الأفراد قد يستطيعون الوصول إلى ما يكتبه؛ وبالتالي يُحدد هؤلاء الأفراد الحد الأدنى لما هو مقبول من الناحية المعيارية».

(المرجع السابق، p. 383)

التفسير الذي يُقدمه هوجان «لما لا يزال الأفراد يقومون به في عصر المراقبة الدقيقة - من قِبل كل من السلطات والنظراء، من تقديم

محتوى مثير للجدل على نحو واضح» هو اختلاف توقعات المستخدمين بالنسبة للمواقع المختلفة، وبالتالي «يمكن أن يمتلك المرء ملفًا شخصيًّا طيبًا على فيسبوك، وفي الوقت ذاته يمتلك مجموعة من الصور الماجنة على موقع xtube.com» (المرجع السابق، p. 383). والأهم من ذلك أن هوجان قول إنه (في حالة «العرض») «يُرجح ألا يقوم الأفراد بتقديرات معقدة لاستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ولا يحتاجون لذلك، وبدلًا من ذلك يكون سلوكهم موجهًا إلى أفراد معروفين ومحددين، يكون عددهم صغيرًا بما يكفي ليكونوا مترابطين». سأقدم في الفصول التالية بعض البراهين الداعمة لهذه السمة التي تُميز الكثير من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. فمن ناحية، من الصائب أن الأفراد لا «يحتاجون» إلى القيام بتقديرات مُعقدة عن شبكاتهم للتواصل الاجتماعي، فقد يكونون قادرين من الناحية النفسية على عرض أنفسهم بدقة؛ نظرًا لعدم لجوئهم لمعلومات مزيفة. ومع ذلك، فإن تبعات هذا النقص في تقديراتهم يمكن أن يكون مدمرًا - كما يلاحظ في الخلاصة التي خلص إليها هوجان - إذا ما كان «سوء الفهم بشأن البنية الأنطولوجية (الوجودية) الأساسية من البيانات، وطريقة حفظها، وعرضها، تتسبب في ظهور مشكلات جديدة غير متوقعة: مثل فرط توافر المعلومات الاجتماعية، وانهيار السياق، والإفصاح العرضي عن المعلومات، و«سرقة الهوية» (المرجع السابق، p. 384).

السياقات الأرحب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

تعاملنا حتى الآن مع فضاءات التفاعل لوسائل التواصل الاجتماعي حقيقة وواقعًا بوصفها مُعطًى، ومع فهم المستخدمين لها ولأطر استخدامها بوصفه قرارًا فرديًا - أُخذ في وقت تفاعل ما. وبرغم ذلك، يوجد الكثير من السياقات السابقة لكل تفاعل، والتي تُشكل الصورة التي يتخذها هذا التفاعل. ناقشنا أيضًا فيما سبق ما إذا كان من المفهوم أن التفاعل يحدث في كواليس العرض، أم كمشهد جانبي، أم على خشبة المسرح الأمامية، وما إذا كان موجهًا إلى جمهور محدد أم غير محدد، وما إذا كان بإمكان ذلك الجمهور أن يستجيب أو ما إذا كان ذلك متوقعًا منه، ومدى فهم التفاعل بوصفه يتميز بكل من التلقي الأولي والتلقي الثانوي اللاحق. وإضافة إلى هذه الاعتبارات الصُغرى (الميكروية) الخاصة بالتفاعل المتبادل، يمكن للمرء أن يضيف عددًا من العوامل الرئيسة على المستوى الأكبر (الماكرو)، وهو ما قد يؤثر أيضًا في كيفية حدوث التفاعلات على الشبكة العنكبوتية. قدم ليسيج Lessig (2006ب) إطارًا ملائمًا للفئات المحتملة التي يمكن تصنيف هذه العوامل وفقًا لها وهي: القانون، والسوق، والأعراق، وما يدعوه بـ «الإطار التقني»؛ وهي الطرق التي يمكن للأشكال التقنية بها أن تشجع أو تحد من أشكال محددة من التفاعل (مثل تصميم أو إمكانيات برمجية محددة).

القانون

من غير المحتمل أن على معظم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في تفاعلاتهم اليومية أن ينتبهوا إلى البيئة أو البيئات القانونية التي تحكم نشاطهم. يتمثل ذلك - على سبيل المثال - في التردد الموثَّق لقراءة سياسات الخصوصية المكتوبة (Milne & Culnan, 2004) على نحو ما لاحظنا في الفصل الثاني. وفي مرحلة مبكرة من تاريخ تطور الإنترنت، أكد عدد من الخبراء والنشطاء البارزين - أشهرهم جون بيري بارلو (Barlow, 1996) - أن الحكومات لا ينبغي لها أن تحاول فرض قيود على حرية التعبير عبر الشبكة العنكبوتية. وقد أعربت الحكومات الغربية -في الأغلب على الأقل- مساندتها الشفوية لفكرة أن التواصل عبر الشبكة العنكبوتية ينبغي أن يخضع للحد الأدنى من الضوابط (Clinton, 2013). وبرغم ذلك، فإن ما يقوم به المستخدمون والمخاطر التي يُعرضون أنفسهم لها تحدث - عمليًا - في إطار شبكة من الضوابط سواء الحكومية أو تلك المتعلقة بعمل الشركات. قد تختص الضوابط الحكومية الدولية والمحلية بمدى إتاحة ما ينشره المستخدمون عبر الشبكة العنكبوتية لأقرانهم من المواطنين، أو للإدارات الحكومية أو للشركات التي تسعى لاستخدام تلك المعلومات لأغراض التسويق، وبما إذا كان يحق لأرباب العمل في تلك الإدارات أو الشركات أو أرباب العمل المحتملين الاطلاع على تلك المعلومات. وبحسب ملحوظة ليسيج: «تستمر قوانين حماية الملكية

الفكرية، وحماية السمعة، وقوانين الفحش في تهديد عقوبات ما بعد الحدث ex post لانتهاك الحقوق القانونية» (Lessig, 2006b, p. 124).

لقد تُركت نسبة كبيرة من سلطة حوكمة التفاعل عبر الإنترنت لشركات ومجموعات صناعية (غير خاضعة بشكل عام للمُساءلة). وعلى سبيل المثال، لقد أوكلت إدارة فيسبوك - بشكل كبير (وكذلك معظم باقي الشركات الكبرى في مجال التواصل الاجتماعي على الأرجح) مهمة تنظيم محتوى منشورات المستخدمين إلى متعهدين خارجيين بأجور متدنية منتشرين عبر أرجاء العالم (Gillespie, 2012). وفي الأنظمة الشمولية مثل الصين، فإن قدرًا كبيرًا من مراقبة الآراء المعارضة للنظام على وسائل التواصل الاجتماعي تحدُث أيضًا عبر شركات (Dong, 2012). لم تكن التغييرات العديدة التي شهدتها سياسات حماية الخصوصية والإعدادات الأساسية في فيسبوك (Waugh, 2011) - في المقام الأول - نتيجة للضغوط المباشرة، ولكنها كانت بالأحرى نتيجة للنزاع بين ما يُفضله المُعلنون (الذين يدفعون باتجاه إعدادات خصوصية أقل حزمًا لمستخدمي فيسبوك)، والرأي العام كما يُعبر عنه مستخدمو فيسبوك وتُعبر عنه وسائل الإعلام، والذي لا يستجيب السياسيون له سوى بصفة ثانوية.

السوق

كما لاحظنا آنفًا في حالة فيسبوك، تُمثل الأسواق أيضًا مُحدِّدًا مهُمًا لعمل الفضاءات التي تُمثل ساحة التفاعل بين مستخدمي وسائل

التواصل الاجتماعي. إن الغالبية العظمى من فضاءات وسائل التفاعل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية خاضعة لإدارة مؤسسات ربحية. وفي معظم الأحوال، يكون المصدر الرئيس لأرباح هذه المؤسسات هو الإعلانات، التي تعتمد فيما تحققه من أرباح - أولًا - على عدد المستخدمين الذين يُمكن للموقع أن يجذبهم. وثانيًا، على قيمة كل مُستخدم بالنظر إلى استعداده للإنفاق. وثالثًا - وهو الأمر الأكثر ملاءمة لوسائل التواصل الاجتماعي - على القدرة على استهداف مثل هؤلاء المستخدمين بدقة بناء على المعلومات الخاصة بهم، والتي يُمكن استخلاصها منهم سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

وينبغي أن يكون الشكل الذي تتخذه هذه الفضاءات على الشبكة العنكبوتية جذابًا للمستخدمين المحتملين، وإلا هجروها واتجهوا إلى فضاءات أخرى أكثر ملاءمة. ومع ذلك، ونظرًا لأن غالبية هذه الفضاءات لا تحصل على القسم الأكبر من دخلها بشكل مباشر من مستخدميها، ولكن بشكل غير مباشر من المُعلنين وغيرهم، فإنه ما من صلة حتمية بين احتياجات أو اهتمامات مُستخدمي مثل هذه الخدمات وما يُقدم لهم (والذي ينبغي أن يُلبي في نهاية المطاف احتياجات السوق).

وبحسب ما ذكره ليسيج: «يُكافئ المعلنون المواقع ذات الشعبية الواسعة؛ فيما تتجاهل الخدمات المُقدمة عبر الشبكة العنكبوتية المنصات ذات الشعبية المُنخفضة» (2006b, p. 124)، وقد يحدث

ذلك أيضًا حتى لو كانت المواقع الأقل شعبية تلعب دورًا خدميًا عامًا. وفي المقابل، وبرغم أنه من الجلي أن الفرصة لا تزال سانحة لظهور مواقع جديدة وازدهارها، فإن ثمة أسبابًا عديدة تفسر لِمَ قد لا تزدهر الأفكار الجيدة أو النافعة اجتماعيًا في وجه قوى السوق أو في مواجهة المزايا المتأصلة في وسائل التواصل الاجتماعي الحالية، إذ يتعين على مُقدمي الخدمات الذين لا يملكون الموارد الكافية لشراء علامة تجارية أن يُكافحوا من أجل لفت الانتباه. ومع أن الأمر لن يكون مُلكفًا لكي يستمروا على نطاق ضيق، فإن التكلفة ترتفع على نحو هائل إذا ما قرر القائمون على التجربة الخروج من أسر الأُطر المحدودة. إن الواقع يُقرر أنه متى حازت شبكة شهيرة للتواصل الاجتماعي على ولاء المستخدمين، وعلى ولاء أصدقائهم أيضًا، فإنه يُصبح من العسير على شبكة جديدة للتواصل الاجتماعي - على وجه الخصوص - أن تربح السباق. تزيد قيمة الشبكة بالنسبة لمستخدميها على نحو كبير كلما زاد عدد المستخدمين؛ وهذا ما يُدعى بـ «قانون ميتكالف»، Metcalfe's Law (Shapiro & Varian, 1999, p. 184). ومن أجل الوصول إلى السوق بشكل جماهيري، تحتاج مؤسسات التواصل الاجتماعي بشكل متزايد إلى الاعتماد على شبكة من الدعم في مجالي المعدات والبرمجيات من طرف ثالث. يُمكن لهذا الدعم أن يظهر على نحو طبيعي عبر متطلبات المستخدمين كما قد يظهر عبر الاستثمار المباشر أو غير المباشر ودعم المؤسسات المالية ذات السطوة.

وعلى سبيل المثال، فإن خدمة ذائعة الصيت للتواصل الاجتماعي مثل تويتر لا تنتفع فقط من ميزة إمكانية التواصل مع جمهور محتمل يُقدر بالملايين، إنها تنتفع أيضًا من وجود بيئة محيطة تتمثل في مواقع تمثل طرفًا ثالثًا. تستخدم هذه المواقع البرنامج التطبيقي البيني API = application program interface الخاص بتويتر والبيانات المتاحة مجانًا من أجل تقديم عدد من الخدمات التكميلية (مثل خدمة قياس السمعة عبر خدمات مثل كلوت دوت كوم Klout.com، ومراقبة العلامات التجارية عبر ريكون دوت إيو recon.io. تستفيد هذه المواقع أيضًا من دمج أدوات تويتر بأجهزة الجوال الذكية ووضعها على أنظمة تشغيل الحاسوب، ومن الاتجاه المتزايد لوسائل الإعلام أنفسها لاستخدام تويتر ونشر الأحداث الخاصة به. بالمثل، يمكن لهذه العوامل أن تفسر - بقدر ما توفر الإمكانيات التقنية لفيسبوك - كيف حدث أن بلغ عدد مستخدمي فيسبوك 1,15 مليار مستخدم (Facebook, 2013a)، بينما بلغ العدد 2.85 مليار في العام 2021، على حين أن البديل الرئيس غير الربحي، وهو دياسبورا Diaspora؛ وهو محاولة مجانية لبناء شبكة تواصل اجتماعي بدون إعلانات، لا يمتلك سوى أقل من نصف مليون عضو بعد 3 سنوات، من بدء العمل (diasp.eu, 2013) على الرغم من وجود تغطية صحفية لا يُستهان بها.

المعايير

يشمل هذا المصطلح البسيط المضلل مجموعة متنوعة من المؤثرات الاجتماعية المختلفة من المستوى الأكبر في السلوك في

وسائل التواصل الاجتماعي؛ وهي كبيرة العدد إلى حد بعيد بما لا يسمح بتغطيتها على نحو وافٍ في هذا الكتاب. مال ليسيج في كتابه كما مال غيره من الباحثين في التواصل عبر الحاسوب مثل هوجان (2010) -على نحو ما ذكرنا- إلى التركيز على المعايير المحلية. يذكر ليسيج -على سبيل المثال- أنك إذا ما تحدثت عن السياسة في منتدى حواري مُخصص للحياكة على الشبكة العنكبوتية، فإنه قد يجري انتقادك بسبب خروجك عن الموضوع (Lessig, 2006b, p. 124). قد تكون هذه المعايير مفهومة على نحو صريح (مثل ذكرها تحت عنوان «أسئلة متكررة»، و«إرشادات المستخدمين») أو على نحو ضمني، وتخضع لرقابة السلطة بشكل غير رسمي.

وإضافة إلى هذه المعايير المحلية قد توجد مجموعة من «المعايير المجتمعية» التي تتباين باختلاف الثقافات القومية أو الجماعات المختلفة أو الأجيال. وكما لاحظنا في الفصل الثاني، فقد أشار بعض الباحثين إلى أن المواطن «الرقمي» الجديد يكون اتجاهه أكثر انفتاحًا نحو الخصوصية على الشبكة العنكبوتية من المواطن الأكبر سنًا (Palfrey & Gasser, 2008; Solove, 2008). كذلك استُشهد بمعايير ثقافية قومية التي تفيد أن الشعب الألماني أكثر اهتمامًا بالخصوصية على فيسبوك من الشعب الأمريكي لأن الأول كان أكثر ميلًا - من الناحية الثقافية - لتجنب المخاطر (Krasnova, Veltri & Gunther, 2012)، أو أن كلًا من الشعب والمُشرِعين الصينيين يرون قيمة الخصوصية بشكل مختلف عن الشعوب الغربية (Lu, 2005).

الترميز (الكود)

بحسب ما يُشير إليه عنوان كتاب ليسيج؛ «الترميز (الكود) وقوانين أخرى عن الفضاء السيبراني: نسخة ويب 2.0 المنقحة» Code: and other laws of cyberspace: version 2.0 (2006)، يُركز المؤلف - في المقام الأول - على اكتشاف الطريقة التي يُمكن بها «تنظيم» فضاءات الشبكة العنكبوتية عبر «ترميز البرمجة» أو «البنية» التي تُستخدم لتصميم هذه البرامج وصيانتها:

«تشتمل برمجيات الحاسوب ومكوناته المادية (Hardware) التي تجعل من الفضاء السيبراني على ما هو عليه على مجموعة من المحددات التي تتحكم في سلوكك... وفي بعض الأحيان تنتج التعاملات التي تقوم بها مسارات تعقب تربط هذه التعاملات (وحركة الماوس) وصولًا إليك؛ وفي حالات أخرى لا يتم هذا الربط إلا إذا أردت أنت ذلك. ويمكنك - في بعض الأحيان - أن تختار التحدث بلغة لن يفهمها سوى المُتلقي (عبر الترميز)؛ وفي أحيان أخرى لا يكون الترميز خيارًا، ويُحدد الترميز أو البرمجيات أو البنية أو البروتوكول هذه الخصائص التي يختارها كاتب الترميز. وبذلك تتحدد بعض أنماط السلوك عبر إتاحة أنماط سلوكية وعدم إتاحة البعض الآخر. يتضمن الترميز قيمًا محددة كما قد يجعل من ظهور قيم أخرى أمرًا مستحيلًا».

(Lessig, 2006b, pp. 124–125)

كان الاهتمام الرئيس لليسيج هو تسليط الضوء على هذه المحددات من أجل مناقشتها ونقدها. وبحسب ملاحظته: «تكون المحددات الخاصة بالبنية مؤثرة سواء كان الفرد يعلم بذلك أم لا، في حين لا تُطبق القوانين والأعراف إلا إذا كان الفرد على دارية بها. وإذا ما صارت هذه القوانين والأعراف جزءًا من منظومة القيم الذاتية للفرد، فإنها تمارس دورها سواء كانت التكلفة المتوقعة للانصياع لهما تزيد عن منافع التملص منهما أم لا» (Lessig, 2006b, p. 345).

أود أن ألفت الانتباه - مثل ليسيج - إلى الأساليب التي يمكن بها لبنية البرمجيات (في هذه الحالة مواقع التواصل الاجتماعي) أن تؤثر في السلوك. ومع ذلك، يميل ليسيج - ذو الخلفية القانونية - إلى رؤية الترميز - في المقام الأول - بوصفه مُحددًا على الفعل، ولكنه لا يتناول على نحو واضح كيف يمكن للترميز أن يُشكل السوق والقوانين والأعراف المحيطة، وكيف يمكن أن يُشكل كل هذا بدوره هذا الإطار التقني. وسعيًا إلى تقديم لغة نظرية أكثر ثراء ودقة لتحليل التفاعل بين الترميز والمجتمع، دعنا نتحول إلى فينبرج Feenberg.

تُقدم النظرية النقدية لفينبرج عن التقنية (Feenberg, 1999) إطارًا يتميز إطار عمل مستنير اجتماعيًا؛ يحدد التفاعل المتبادل بين تطور التقنية، وسماتها التقنية النهائية، واعتماد المجتمع عليها. يُقرر فينبرج أن «التقنية ليست مجرد وسيلة إلى غاية؛ حيث تحدد معايير التصميم التقني شطرًا كبيرًا من البيئة الاجتماعية» (Feenberg, 1999, p. 78)،

ولكنه يُضيف أن «الاختلافات بين الجماعات الاجتماعية في تفسير واستخدام المنتجات التقنية ليست أمرًا عرضيًا فحسب، ولكنها تحدِث فارقًا في طبيعة هذه المنتجات نفسها» (Feenberg, 2002a, p. 6).

يصف فينبرج عملية تصميم منتج تقني على أساس أنها تشمل عمليتين منفصلتين من الناحية التحليلية ولكنهما مترابطتان؛ هما اكتساب صفة الأداة على نحو أولي وعلى نحو ثانوي. في الحالة الأولى، تُجمع مجموعة من «العناصر البدائية البسيطة غير المقترنة بالسياق» (Feenberg, 2008, p. 15) جنبًا إلى جنب سمات تقنية محددة من أجل إنجاز هدف محدد، وينبغي أن تكون هذه السمات «قابلة للترابط في نسق» Systematisable، بمعنى أن تصميم المنتج ينبغي أن يكون مرتبطًا ببيئته التقنية والطبيعية؛ فنجد أن وسائل التواصل الاجتماعي - على سبيل المثال - تعتمد على الانتشار واسع النطاق لخدمة الإنترنت بين المستخدمين المحتملين. ومع ذلك، ثمة عدد - لا سبيل لتقييده - من الأساليب المختلفة التي يمكن خلالها التوليف بين العناصر من أجل إنجاز مثل هذه الأهداف. وتصف العملية التي يدعوها اكتساب صفة الأداة على نحو ثانوي الأساليب التي تعمل من خلالها مجموعة من الضغوط الاجتماعية؛ لتحديد هدف منتج بطريقة محددة، ولتفضيل بعض التطبيقات المحتملة واستبعاد غيرها. ويشتمل هذا «التفعيل القيمي» Valuative enaction على: «قيود قانونية وأخلاقية وجمالية تتدخل في عملية التصميم والإنتاج، ويترتب عليها تحديد ما إذا كان المنتج قادرًا على دخول عالم اجتماعي محدد أم لا».

(Feenberg, 2008, p. 17)

وبحسب ما يتضمنه ما سبق، تتضمن هذه العملية مجموعة متنوعة من الفاعلين الاجتماعيين. يذكر فينبرج منهم «رجال الأعمال، والفنيين، والعملاء، والسياسيين، والبيروقراطيين (Feenberg, 1999, p. 11)، ولكنه لم يحاول أن يُقدم عرضًا شاملًا للفاعلين ذوي الصلة؛ فقد ركز - من ناحية - على أدوار كلٍّ من السوق، والمُشرعين، والمصممين، وعلى «السياق التقني للتطوير والإنتاج»، وعلى «سياق الاستخدام والإفصاح من قِبل المستخدم» - من ناحية أخرى (Feenberg, 2008, p. 23).

المثال الذي يُقدِّمه فينبرج على عملية اكتساب صفة الأداة على نحو ثانوي، وهو التوسع في مدى تعريف الإنترنت من آلية لنقل البيانات، وصولًا إلى اشتماله على التواصل بين الأفراد، والذي كان الدافع من ورائه «التحول الثقافي الذي حدث بشكل غير متوقع بين مجتمع المستخدمين» (Feenberg, 1999, p. 126). وعلى الرغم من أن طبيعة المنتج الجديد تكون مرنة نوعًا ما أثناء عمليات الابتكار والتصميم والتنفيذ المبدئي (على الأقل بالنظر إلى حدود التنفيذ التقني المتأصلة في اكتساب صفة الأداة على نحو أولي)؛ يقترح فينبرج أن المنتجات التقنية تكتسب مع مرور الوقت «أُطرًا تقانية»:

«تظهر عدة معايير لفهم الأجهزة الفردية، وفئات الأجهزة، وهو ما يُسمى «أنظمة الصناديق السوداء» في دراسات البنيويين عن التقنية. تعكس الكثير من هذه المعايير متطلبات اجتماعية محددة تُشكل التصميم، وتفرض هذه المعايير الاجتماعية الإطار التقني،

وتكون الأُطر التقنية ثابتة، ولكن يمكن مراجعتها استجابة لتغيرات الرأي العام».

(Feenberg, 2008, p. 23)

وبالنسبة للتأثير في الكيفية التي تُدرك بها المنتجات التقنية، يُشير فينبرج إلى أن هذه الشفرات تؤثر أيضًا (بقدر أو بآخر) في الأساليب التي يُستخدم بها منتج ما. وتظهر المنتجات التقنية عبر تكرار التصميم وكاستجابة لظهور المزيد من اكتساب صفة الأداة على نحو ثانوي من قِبَل الخبرات الحياتية لمن قاموا باستعمالها. يقول فينبرج إن مثل هذه الأُطر التقنية «شبيهة بالقانون في الدول الديمقراطية»، وتُؤسس قواعد تنظيمية مستقرة في الحياة الاجتماعية (Feenberg, 2008, p. 24). وعلى خلاف مثل هذه القوانين، يذهب فينبرج إلى أن هذه الأُطر التقنية عادة ما تكون غير مرئية، مثل التقنية نفسها. إنها تبدو واضحة وضوحًا ذاتيًا (Feenberg, 1999, p. 88) (وهذا صدى لفكرة ليسيج التي قدمناها فيما سبق).

لقد اهتم فينبرج - على وجه خاص - بهذه الأُطر التقنية حين ينتج عنها ما ندعوه «بالتحيز الرسمي» formal bias - الأنساق أو المصنوعات التي تُحابي جماعة اجتماعية محددة (Feenberg, 2008, p. 10) - لأن مقاربته تجد لنفسها جذورًا في التقليد السياسي الاقتصادي. وبالرغم من ذلك، فيُمكن للمرء أن يوظف على نحو نافع إطاره بأسلوب أكثر تفاعلية interactionist mode - على نحو ما سأفعل في الفصل السادس

على وجه الخصوص - بالتوسع في مفهوم المحاباة ليشتمل على أنساق وأدوات تُحابي أشكالًا محددة من التفاعل، دون محاولة تقدير مدى محاباة أي من التغييرات في أنماط التفاعل الناتجة لجماعات محددة.

يُحدد فينبرج شكلين من التحيز، اعتمادًا على مصدر مثل هذا التحيز.[6] فيدعو أنماط التحيز التي تظهر بسبب طبيعة أو تصميم المنتج نفسه «التحيز التأسيسي»، ويشمل ذلك التحيز ضد ذوي الاحتياجات الخاصة، الظاهر في تصميم ممرات المشاة بدون منحدرات وممرات. فيما يدعو فينبرج الشكل الثاني من التحيز بـ «التحيز التنفيذي»؛ وهو عبارة عن أنماط التحيز التي تنبثق عن الطريقة التي يُستعمل بها منتج محدد ودمجه ضمن ممارسات المجتمع، والمثال الذي يُقدمه على ذلك هو الفجوة الرقمية «التي يدعم الأغنياء على حساب الفقراء، إلا أن ذلك لا يحدث إلا لأن توزيع المنتجات التقنية يتم في سياق محدد من حيث الغنى والفقر، وليس لأن أجهزة الحاسوب تحمل عداءً متأصلًا للفقراء» (Feenberg, 2008, p. 11).

يساعد إيضاح هذا الشكل الثاني من التحيز، والمثال المُنتَقى لشرحه؛ في كشف اللثام عن غموض ضمني في عمل فينبرج، وهو: هل كان موضوع تحليله منتجات تقنية محددة بوصفها موضوعات صُمِّمت، أم كان (موضوع تحليله) مجموعة من الممارسات المتمحورة حول مثل هذه المنتجات؟ فكثيرًا ما يبدو أنه يناقش الأولى، ولكن من الواضح في تقديمه لفكرة «التحيز التنفيذي» أن تركيزه الأول على النمط الثاني؛

نظرًا لأنه يُشير إلى أن المنتجات التي تكون متحيزة - على نحو مثير للجدل - بالنسبة لأحد التطبيقات (أي إنها تكون متحيزة حين تكون جزءًا من ممارسات محددة) قد تكون محايدة أو حتى نافعة بالنسبة لسياق مختلف.

يُركز عمل فينبرج على ضرورة معالجة أنماط التحيز الضارة عبر المزيد من الأشكال الديمقراطية للتصميمات التقنية، ويذهب فينبرج (خلافًا لما يصفه الماهِيَّوية (الجَوهَرِيَّة) التقنية technological essentialism عند هايدجر Heidegger ولوفيت Lovitt (1977)، وهابرماس Habermas (1970) إلى أنه على حين أن تحيز التقنية في ظل النظم الرأسمالية، ينحو إلى تدعيم مصالح الأطراف الأقوى في المجتمع، فإن هذا ليس ضعفًا متأصلًا في التقنية نفسها. ويخلُص فينبرج إلى أن:

«الترميز التقني للاشتراكيين سوف يكون موجهًا نحو إعادة دمج السياقات والخصائص الثانوية لكل من الموضوعات والأهداف في التقنية الرأسمالية، ويشتمل ذلك على اعتبارات إيكولوجية، وطبية، وجمالية، وحضرية، وديمقراطية تواجهها المجتمعات الرأسمالية والشيوعية بوصفها «مشكلات»، و«آثار دخيلة»، و«أزمات».

(Feenberg, 2002b, p. 184)

ومع أن مصطلح «التحيز» الذي يستخدمه فينبرج يميل إلى أن ينطوي على أثر ضار، إلا أنه أجدى نفعًا من المصطلحات الأخرى

المستخدمة لوصف عمل آثار التقنية من قبيل «إمكانيات الاستخدام»، أو «القيود»، أو «التنظيم». إن الإطار التقني لا يُتيح أو يمنع أنماط سلوك معينة فحسب، بل يُمكن أن يُشجع أيضًا أشكالًا محددة من السلوك؛ حيث يُفترَض أن يُشجع الإطار التقني للاشتراكيين في نموذج فينبرج الممارسات التي يُتيحها من الناحية الإيكولوجية، على سبيل المثال.

وفي حالة وسائل التواصل الاجتماعي، فإنني أذهب إلى أن الرموز التقنية قد تحُد - في أحيان كثيرة - من تداول المعلومات الشخصية الحساسة (عبر توفير أدوات التحكم في الخصوصية)، في حين أنها تشجع عمليًا - في الوقت نفسه - الكشف عن مثل هذه المعلومات عبر «التحيز التنفيذي»، كما في حالة أن تكون الإعدادات الأصلية هي إتاحة رؤية المنشورات.

النزاعات، والحلول الوسطى، والترابط المشترك

لقد تمت مناقشة هذه المؤثرات الصُّغرى والكُبرى في السلوك - في الشطر الأكبر من هذا الفصل - بشكل مستقل، ولكن لا ريب في أن كل من هذه العوامل الفردية يمكن أن يرتبط بعلاقة تبادلية مع غيره من العوامل بأساليب معقدة. يُمكن لكل من النظام التقني والمعايير المجتمعية أن يدعم الآخر؛ وعلى سبيل المثال، ثمة اقتراح بأن خدمة سيوورلد Cyworld على الإنترنت في كوريا تتخذ شكلها التقني بوصفها توسعًا لوسائل كانت موجودة من قبل للتواصل ضمن ثقافة الشباب الكوري الحالي، ولكن بنيتها بدورها تُشجع وتُكثف الحاجة لاستمرار

الروابط الاجتماعية الحالية في هذا الفضاء الجديد، «مما يضع على كاهل المُستخدم التزامًا اجتماعيًا بأن يظل متصلًا باستمرار» (Choi, 2006, p. 184). وربما تتعارض المعايير المحلية مع المعايير المجتمعية، والمثال على ذلك ما يُلاحظه ليفينجستون Livingston عن أن «المراهقين قد يُفصحون عن معلومات شخصية لعدة مئات من الأشخاص الذين لا يعرفونهم سوى بشكل عرضي. ويعود ذلك - في جزء منه - إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي - بالتحديد - تُقدم على نحو نمطي معلومات شخصية كانت تُعد في أغلب الأحيان معلومات خاصة بالنسبة للأجيال السابقة (خاصة العمر، والتوجهات السياسية، والدخل، والدين، والتفضيلات الجنسية)» (2008, p. 404). وهنا أيضًا يُمكن لقانون الخدمة - ما يتم «عرضه كمعيار» - كما افترض ليفينجستون، أن يُقدم المزيد من الدعم للمعايير المحلية.

ويتسق ذلك مع تحليل فينبرج للتفاعل بين المجتمع والتقنيات التي يبتكرها ويتبناها. وفي نموذج فينبرج، لا تبزغ التقنيات بأشكال طبيعية ومحتومة سلفًا، وتقتضي ظهور السلوك البشري بأساليب يمكن التنبؤ بها. وفي المقابل، فإن مثل هذه التقنيات لا تكون خاضعة لتشكيل المجتمع على نحو نهائي؛ فقد تتخذ أشكالًا محددة بسبب اكتسابها لصفة الأداة على نحو أولي. ومع أن اكتسابها لصفة الأداة على نحو ثانوي (التشكيل/ الصياغة الاجتماعية للتقنية عبر الزمن) يمكن أن ينحو بالتقنية وما يرتبط بها من ممارسات إلى اتجاه مُحدد، فبمجرد ظهور ميثاق - وهو خليط من التطبيق التقني والمعايير والتفسيرات

الاجتماعية؛ فإنه يُمكن أن يؤثر - بشكل مستمر - وإن كان غير نهائي من حيث الوجهة - في الممارسات.

إطار مفاهيمي لدراسة الإفصاح عن الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي على نحو محفوف بالمخاطر

على وجه الإيجاز، يقترح هذا الاستعراض للنظريات في مجال التواصل البينشخصي، وعلم اجتماع التقنية الإطار المفاهيمي التالي لتحليل الإفصاح عن الذات على نحو محفوف بالمخاطر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

المؤثرات على المستوى الأكبر

ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي وازدهرت في شتى أرجاء العالم بفضل الانتشار الواسع لخدمة الإنترنت، وللمكونات المادية - لاسيما الهواتف الجوالة - الذي يُمكن من المشاركة الواسعة للنصوص والصور ومقاطع الفيديو، والقدرة الناشئة لمواقع الإنترنت ومستخدميها على مشاركة المحتوى والوظائف وإعادة تركيبهما؛ وهو ما سُمي بـ «Web 2.0». التحويل الأولي للأفكار إلى أدوات (Feenberg, 2008) بشكل متلاحق ويجري تشكيله (على نحو ثانوي) استجابة لمجموعة متنوعة من القوى، وينتج عن ذلك مجموعة من القوانين التقنية «التي لا تزال تظهر بالنسبة لمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي يغلب عليها العمل على تنظيم ممارسات المستخدمين بناء على هذه المنصات

عبر تقديم إجماع بشأن ما يُمكن وما ينبغي أن تستخدم فيه كل تقنية. وجنبًا إلى جنب هذه المواثيق، يُقدم ليسيج (2006a) نبذة عن بعض المؤثرات الرئيسة الأخرى على الطريقة التي تُستخدم بها التقنيات؛ كالسوق، والقانون، والأعراف (وهي خليط مما أسميته المعايير المحلية - «أنماط تحيز التنفيذ» عند فينبرج (Feenberg, 2008)، والمعايير المجتمعية الأرحب للسلوك). ومع أنه يبدو أن هناك بعض التشابهات الأساسية بالنسبة للطريقة التي تؤثر بها القوى على المستوى الأكبر في أشكال وممارسات وسائل التواصل الاجتماعي في شتى بقاع العالم، إلا أن التنوع الفائق الذي سنتناوله فيما تبقى من هذا الكتاب بالنسبة لمنصات التواصل الاجتماعي والأسواق المحلية والإقليمية والقوانين والمعايير المجتمعية في شتى بقاع العالم يعني أنه من المستحيل أن نعمم بثقة حين نتحدث عن وسائل التواصل الاجتماعي في السياقات كلها، ولكنني سوف أستند إلى بحثي وأبحاث الآخرين لتحليل بعض الخدمات والسياقات الرئيسة في الفصول القادمة.

المؤثرات على المستوى الأصغر

لا يمكن تفسير البزوغ الواضح «لأنماط تحيز التنفيذ» في مواقع التواصل الاجتماعي تجاه المشاركة غير الواعية للمعلومات عن الذات التي يمكن أن تكون ذات خطورة، إلا جزئيًا من خلال الرجوع إلى قوى المستوى الأكبر التي ذكرناها في السطور السابقة. وكل حالة من مثل هذه المشاركات يمكن أيضًا أن يتم تخيلها على المستوى

الأصغر بوصفها تفاعلًا اجتماعيًا، وبوصفها كذلك يتم تحليلها على نحو أكثر تفصيلًا من أجل التعرف على كيف يمكن فهم ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي وتأطيرها من قِبَل مستخدميها، ولماذا يُتغاضى عن مخاطر الإفصاح عن الذات أو الاستهانة بها من قِبَل المستخدمين، وتحت أية ظروف يمكن أن يحدث ذلك.

يعتقد جوفمان أن البشر عادة ما يحاولون التحكم في اختيار من يتفاعل معهم - التحفظ الحواري - وفيما يعلمه الآخرون عنهم - التحفظ المعلوماتي (Goffman, 1971b). ومن ثم فإن أحد المحددات الرئيسة لأنماط التفاعلات الاجتماعية للأفراد ولما يكشفونه عن أنفسهم، هي ما إذا كانت مثل هذه التفاعلات تُعد من قِبل المشاركين فيها (على «خشبة المسرح الأمامية») أو خاصة بـ (الكواليس) (Goffman, 1959). وحين يكون التواصل غير مباشر، تتعقد الأمور. فبحسب إشارة بويد، ينتج عن استعمال وسائل التواصل الاجتماعي مشكلات محتملة محددة بالنسبة لمستخدميها؛ فما يقولونه يكون صامدًا عبر الزمن، وقابلًا للبحث عنه، والنسخ، كما أن جمهوره غير مرئي (d. boyd, 2008b). لماذا إذن لا يُقلص ذلك - بشكل جوهري - من حجم المشاركة؟

ويرى ميرويتس (1985) أنه في حالة التعرض المستمر غير المباشر، فإن البشر قد يفقدون الوعي الذاتي اللازم للاحتفاظ بأنماط سلوك «خشبة المسرح الأمامية». يُلقي تحليل طومسون للتواصل غير

المباشر (J. B. Thompson, 1995) الضوء على أن شكل التواصل يتحدد بحسب الجمهور المستهدف أو المُدرك، وأن هذه الإدراكات لا تكون دقيقة دائمًا. وعلاوة على ذلك، لا يحدُث التواصل غير المباشر بين مجموعة ما من المثليين في وقت محدد فحسب (ما أسميته بالتلقي الأولي)، ولكنه يمكن أيضًا أن يستمر متاحًا للقراءة في سياق مختلف في المستقبل «التلقي الثانوي».

وبشكل ضمني، ونظرًا لأن من يقومون بنشر معلومات عن أنفسهم على الإنترنت كثيرًا ما لا يكونون قادرين على إدراك جمهور وسائل التواصل الاجتماعي، إما بشكل كامل أو بشكل جزئي؛ فإن عدد وخلفية الأفراد الذين يتم تخيلهم بوصفهم الجمهور سيكون أمرًا مهمًا في تحديد مستوى ما تنطوي عليه مثل هذه المنشورات من خطورة. ووفقًا لوالثر (1996)، فإنه عندما يحدث تفاعل بين الأفراد غير المعروفين لبعضهم البعض، فإنهم ينزعون إلى مجاملة بعضهم بعضًا. وحتى إذا كان الجمهور غير المعلوم لا يُنظر إليه بنظرة إيجابية، يرى جوفمان أنه في مواقف التفاعل وجهًا لوجه كثيرًا ما يتم تجاهل الجمهور غير المستهدف من الغرباء؛ لأنه يفترض بهم ألا يستخدموا مثل هذه المعرفة بصاحب المنشور ضد المساهمين في التفاعل لاحقًا (1971a).

وفي ضوء ما سبق، يتناول الفصل التالي مقدار ما يعلمُه مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي من معلومات عن الأفراد الذين يقرأون أو يشاهدون منشوراتهم، وإلى أي مدى يبحثون عن هذه المعرفة.

الفصل الرابع:

تخيل القارئ

كما لاحظنا في الفصل الثالث، يعتقد طومسون أنك إذا ما كنت واعيًا بأن رسالتك ذاهبة إلى جمهور غير محدد - في التفاعل البينشخصي غير المباشر - فإن ذلك قد يكون مصدرًا «للريبة والمتاعب» (J. B. Thompson, 1995, p. 97). سيساعدك التحلي بتصور عن حجم وتركيبة واتجاهات الجمهور الذي سيتلقى ما تكتبه على الإنترنت في تحديد ما إذا كان ينبغي اعتبار الفضاء الذي يمكن أن يوجد فيه هذا الجمهور على الإنترنت «خشبة مسرح أمامية»، أم «خلفية» (كواليس) - (جوفمان 1959) على سبيل المثال - وهو أمر ذو أهمية خاصة حين يكون موضوع التواصل محتوى خاصًا بك وقد يكون ذو طبيعة حساسة، وبالتالي لا «يُقدَّم» في الأحوال الاعتيادية عبر «خشبة المسرح الأمامية». ومن ناحية أخرى، يقترح جوفمان أيضًا عددًا من الأساليب التي يمكن من خلالها إبطال إدراك «الخطر» في بيئة قد يسترق فيها جمهور غير مرغوب السمع؛ إما بسبب ممارسة هؤلاء المتنصّتين «التجاهل المؤدب» (Goffman, 1963a, pp. 83–88)، أو بسبب افتراض المتحاورين

أن هؤلاء المتنصّتين لن يستخدموا ما سيعلمونه للتسبب في إيذائهم (Goffman, 1971a). ومثلما ناقشنا بالمزيد من التفصيل في الفصل الثالث، فإن هذا يوضح أن طبيعة التفاعلات لا تتأثر على نحو مباشر بطبيعة الفضاء التواصلي، ولكنها تتأثر بشكل غير مباشر بوعي المتواصلين واتجاهاتهم تجاه هذا الفضاء. يمكن لذلك أيضًا أن يتأثر بالأشكال الأوسع مجالاً لما يسميه فينبرج بـ «التحيز التأسيسي» (المتأصل)، أو التحيز «التنفيذي» (المُشَكَّل اجتماعيًا) (2008) بالنسبة للطريقة التي تُستخدم بها وسيلة ما من وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالتالي يدرُس هذا الفصل مدى تمكين وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها من الحكم على جمهورهم، ومدى رغبة هؤلاء المستخدمين في القيام بذلك، ومَن هؤلاء الذين يظنونهم جمهورهم، والرابطة بين جمهورهم المُتخيل وجمهورهم الفعلي. ستساعد المقابلات التي أجريتها مع المدونين الأفراد في توضيح بعض النقاط المثارة. يُركز هذا الفصل على ما أسميته في الفصل الثالث بـ «التلقي الأولي»؛ وهي الفترة التي تلي مباشرة نشر الرسالة، والذي يُتوقع - بشكل عام - أن تُسمع فيه أو تُقرأ. ويُركز الفصل التالي على «التلقي الثانوي»، ويختص بالكيفية التي يُمكن بها للرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي أن تظل متاحة عبر الزمن، وكيف يتم (أو لا يتم) إدراك ذلك.

تتبع المواقع (سواء الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي أو غيرها) الكثير من الأساليب التي يُمكنها من خلالها أن تتتبع القراء (وهو

ما يحدث بالفعل)، وتجمع معلومات عنهم من أجل تفصيل المحتوى - بشكل فعال - ليناسب المستخدمين أو لبيع الإعلانات لهم. وعلى أكثر المستويات أساسية لما يُسمى تحليلات الشبكة العنكبوتية، يُمكن للمؤسسات استخدام المعلومات التي توفرها برمجيات تصفح الشبكة العنكبوتية بشكل آلي، ويُخزَّن ذلك في خادم خاص بـ «المدونات»، كما يُسجَّل موقع القارئ، أو الرابطة التي اتبعها للوصول للصفحة، أو نوع برمجيات التصفح والمكونات المادية للحاسوب الذي يستخدمه. وباستخدام أدوات أكثر تعقيدًا مثل ملفات تعريف الارتباط cookies، يُمكن للمؤسسات رصد عودة المستخدمين إلى مواقعها، وتتبع حركة الأفراد من موقع لموقع، بل وحتى جمع المعلومات عما يكتبونه في الاستمارات الخاصة ببعض المواقع أو معرفة أي أجزاء إحدى صفحات الإنترنت التي قاموا بتحريك مؤشر الماوس فوقها (Angwin, 2010; Froomkin, 2000). لا ريب في أن مواقع التواصل الاجتماعي - على وجه الخصوص - تجمع قدرًا كبيرًا من المعلومات الشخصية، التي يُقدمها المستخدمون طواعية أثناء إعدادهم لملفاتهم الشخصية، وأثناء استخدام هذه الخدمات، وكل ذلك يكون متاحًا أمام القائمين على مثل هذه المواقع، وكثيرًا ما يُشارَك مع المعلنين (وربما مع آخرين ممن يتمتعون بصلاحيات قانونية).

ومع ذلك، لا يقتصر الأمر على المؤسسات الكبيرة وحدها بالنسبة للقدرة - من حيث المبدأ - على الاستفادة من هذه التقنيات لاكتساب وعي أفضل بجمهورها، فيمكن للمستخدمين «العاديين» لوسائل التواصل

الاجتماعي – معتمدين على هذه الوسائل – أن يكونوا قادرين على الحصول على فكرة جزئية – على الأقل – عمن يقرأ منشوراتهم، وأحيانًا باستخدام الوسائل نفسها التي يستخدمها المحترفون في مجال مواقع الشبكة العنكبوتية. وقبل الاستطراد في تحليل ما يمكن وما لا يمكن للمستخدمين العثور عليه بالنظر إلى أي الخدمات يستخدمون، من المهم إدراك وتفسير خاصية عامة تتميز بها – تقريبًا – سائر التفاعلات غير المباشرة عبر الحاسوب؛ وهي الافتقار إلى الإشارات الجسدية التي تشير إلى طبيعة التفاعل مقارنة بالتفاعل وجهًا لوجه.

إن المثير للجدل هو زَعْم ميرابيان Mehrabian أن نسبة 7% فقط من أثر الرسالة يكمن في نص الرسالة (1977)، مقارنة بـ 55% تمثله لغة جسد المتحدث، و38% تمثله جوانب غير لفظية من الحديث، إلا أن الأهمية الكبيرة للعناصر التواصلية لما بعد النص، سواء كانت متعمدة أم عرضية، قد استحوذت على اهتمام الباحثين منذ فترة بعيدة. ولا تحتاج مثل هذه العناصر إلى أن تحظى بقدر من الانتباه الواعي من أجل أن تصير مهمة. وفي واقع الأمر، وكما يشير كل من هارجي، وديكسون Hargie & Dickson:

«إننا منخرطون – على نحو فعال – في تشكيل إدراكاتنا، بدلًا من أن نكون مجرد مستقبلين سلبيين. يُضاف إلى ذلك أننا نادرًا ما ننتبه إلى جميع ما يشمله أي موقف من عناصر، ولكننا ننزع إلى استبعاد العناصر الأقل بروزًا، أو الأقل إثارة للاهتمام، أو الأقل أهمية بالنسبة

إلينا، لهذا فإن، والإدراك - على هذا النحو - عملية شخصية على نحو متأصل، وذاتية في التحليل النهائي».

(Hargie & Dickson, 2004, p. 40)

تشمل بعض العناصر ذات الصلة بما بعد النص والتي يظهر أثرها عند الإفصاح عن الذات، والتي لا تكون مُتاحة بشكل دائم عبر الإنترنت الجوانب «الحركية» Kinesic، و«الصوتية» vocalic من التفاعل. تُشير العناصر الحركية إلى الإيماءات وتعبيرات الوجه لكل من المُتحدث والمستمع (Birdwhistell, 2011)، بينما تشمل العناصر الصوتية نغمة الصوت، وشدته وغير ذلك من الإشارات المسموعة، التي أحيانًا ما «تحتوي على رسالة بعدية تجعل المستمع يعلم على أي محمل ينبغي أن يؤخذ المحتوى اللفظي (هل يقصد المتحدث على سبيل المثال أن يمزح، أم يتحدث بجدية، أو باحترام... إلخ). (Hargie & Dickson, 2004, p. 79). ويُساعد ذلك المشاركين في الحوار وجهًا لوجه في ملاحظة كيفية تلقي رسالتهم وعلى تعديل كل من الرسالة نفسها وأسلوب توصيلها.

السياق المادي للمشاركة عبر الإنترنت

على الرغم من أن حجم الجمهور المحتمل قد يكون كبيرًا، فإن الخبرة البدنية - بشكل عام - لصياغة هذا المنشور تجعله يبدو متمتعًا بالخصوصية. لوحظت هذه المشكلة في النقاشات المبكرة بشأن أخلاقيات البحث على الإنترنت:

«يسمح التفاعل عبر الإنترنت للمستخدمين أن يتفاعلوا (على نحو عام) أثناء وجودهم في أماكنهم (الخاصة) سواء في المنزل أو العمل. ووفقًا لملاحظة كينج (1996) ينتج عن هذا النوع من المواقف إحساس بالخصوصية. إن القدرة على التفاعل مع الآخرين من الأماكن (الخاصة) في المنزل أو العمل تشكل ملامح تعريف هذا التفاعل عبر الإنترنت؛ حيث يمكن للمرء الذي يجلس وحيدًا رفقة حاسوبه، أن يُقيم تفاعلات عبر الإنترنت، بحيث يبدو من الواضح للمشاركين أنه في موقف (خاص)، ويتفاعلون معه بناء على ذلك».

(King, 1996; Waskul, 1996, p. 132)

وبتحليل رواية القصص بشكل رقمي، تورد براتيتايج Bratteteig مُشابهة: «ربما تكون حقيقة أن أداة الإنتاج هي أيضًا أداة توزيع مربكة للمستخدم إلى حد كبير... وحتى حين أكون مدركًا بأنني أنشر نصي عبر الإنترنت، فإنه يكون من الصعب بالنسبة لي - بوصفي لا أمتهن الصحافة - أن أتخيل العدد المحتمل من القراء الذين سيكونون قادرين على الوصول إلى نصي في اللحظة التالية لنشري له، فلا يزال النص نصًّا على حاسوبي. ويتسبب توحيد أدوات كل من الإنتاج والتوزيع والاستهلاك في أداة واحدة (أو صندوق أدوات) في أن يصير من الصعب (أن نتصور) مراعاة الفاصلة بين هذه المفاهيم».

(Bratteteig, 2008)

ومن الناحية التاريخية، دائمًا ما وجِدت رابطة قوية بين الأنماط التواصلية التي يتخيلها المتواصلون والوسيلة التي يستخدمونها

أو الموقف التواصلي الذي يجدون أنفسهم فيه، فإذا ما تحدث أحدهم إلى الآخر بصوت خفيض في حجرة خالية، فإنه لا يُتوقع أن يعلم أحد خارج الغرفة بما قال. وفي المقابل، فإن من يتحدث أمام إحدى كاميرات التلفاز عادة ما يتوقع أن يكون الجمهور المحتمل عريضًا. إن مجرد وجود كاميرا التلفاز لا يعني في حد ذاته أن يكون آلاف أو ملايين العيون ظاهرة أمام من يظهر على الشاشة، ولكن حتى حين لا يكون التصوير من داخل الاستوديو، فإنه عادة ما يوجد عدد كاف من الإشارات الأخرى (الأطراف المشاركة الأخرى مثل طواقم الصوت والضوء، وضرورة التحضير للحوار وربما إعادته أيضًا) التي تنقل إحساسًا بالأهمية المتصاعدة للموقف (والخطورة) الذي يشترك فيه الفرد في أي تواصل مُتلفز. طبعاً، يمكن أن يحدث «التسريب» التواصلي دائمًا - فيمكن الكشف عن اليوميات الخاصة ونشرها، كما يمكن للمايكروفون أن يلتقط همهمات لا يُريد صاحبها أن تظهر؛ إلا أن مثل هذه التسريبات تُعتبر - بشكل عام - استثنائية، ولا يمكن توقعها عادة.

وبرغم ذلك، تنطمس ملامح السياق التواصلي في المشاركات عبر وسائل التواصل الاجتماعي سواء من الناحية التجريبية أو التقنية. يُمكن أيضًا للتغيرات في المكونات المادية المستخدمة لالتقاط الصوت أو الصورة أن يُسهم في ذلك؛ فتسجيل أحدنا لشخصه أو للآخرين باستخدام كاميرا فيديو محمولة في اليد أو ذات الحامل الثلاثي تستدعي التوقف للتأمل بأكثر مما يفعله التسجيل بواسطة الهاتف الجوال أو الكاميرا المثبتة بالنظارة.

ووفقًا لما سنناقشه في الفصل السابع، يمكن القول إنه كلما كانت حركات الجسد أكثر وضوحًا، كان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أقل شيوعًا (أو أكثر حماية للخصوصية). وإذا كانت الممارسات النمطية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي قابلة للتحويل إلى بيئة مناظرة غير متصلة بالإنترنت (مثل قيامك باستمرار بكتابة سلسلة من الملحوظات إلى أصدقائك أثناء وجودك في المقهى ثم تركها لهم هناك)، فإن المخاطر ومصادر الريبة - التي يقترح جوفمان أننا سنحاول أن نجعلها في حدها الأدنى في معظم التفاعلات - ستكون أكثر وضوحًا.

ليس هناك اختلاف فيما يتعلق بالخبرة الجسدية النمطية لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي - الجلوس أمام الحاسوب أو الهاتف الجوال والكتابة على شاشة غير مرئية للآخرين - سواء كان ما يكتبه المرء لن يراه أحد سواه، أو متاحًا لأصدقائه فقط، أو سيكون متاحًا لآلاف البشر. فجميع هذه الاحتمالات وارد بالنسبة لأي منشور، وإذا لم يكن صاحب المنشور مُدركًا للحجم النمطي لجمهوره، فإنه ما من سبيل أمامه للحكم لحظة كتابة المنشور على ما إذا كان النشاط الذي ينخرط فيه مُكافئًا لكتابة اليوميات، أو إجراء محادثة في المقهى، أو الظهور في برنامج حواري مُتلفز، وبحسب ملاحظة تشارلز، وهو أحد المدونين الذين شملتهم دراستي:

«نظرًا لأنني لا أعلم من يطّلِع على مدونتي، ونظرًا لأنه لا يمكنني أن أراهم، ولأنهم يظلون مجهولين بالنسبة لي، ولأن الأمر يكون أشبه

بكتابة المذكرات في غرفة النوم ثم وضعها في خزانة مغلقة، فإنك لا تكون مدركًا - بالفعل - لحقيقة أن هناك من يقرأها».

ووفقًا لما سوف أناقشه لاحقًا في الفصل الختامي، فإنه من المُتاح لمصممي برمجيات وسائل التواصل الاجتماعي أن يُقدموا إشارات بارزة وتذكيرات للمستخدمين بشأن جمهورهم المحتمل أو الفعلي بمجرد أن يقوموا بوضع منشور جديد، ولكنهم لا يفعلون ذلك عادة، ربما لأن ذلك لن يكون في مصلحة الشركات المسؤولة عن وسائل التواصل الاجتماعي من ناحية الربح المالي، إذا ما تقلص الاستخدام.

إن عدم القدرة على رؤية الجمهور تعني حرمان المرء من القدرة الآنية على تشكيل وإعادة تشكيل التواصل الذي يقوم به بناء على تعبيرات الاستحسان أو عدم الاستحسان من قبل الجمهور - التغذية الراجعة «الحركية» (Birdwhistell, 2011). وفي هذه الحالة، لا يُمكن القيام بأي تكييف للرسالة إلا كاستجابة لتغذية راجعة صريحة مكتوبة، وهو الأمر الأقل احتمالية، وربما جاء ذلك - على أي حال - متأخرًا بما لا يسمح بتجنب الأثر الضار.

وفي حالة التواصل عبر النصوص أو الصور، يكون ضياع ظلال المعاني التي يمكن تلقيها عبر نغمات محددة للصوت أو أوضاع للجسد، أمرًا لا مفر منه.[1] وبرغم ذلك يبدو أن الكاتب لا يشعر بهذا النقص - على الأرجح - في الكثير من الحالات، وقت الكتابة، فتتردد

في رأس الكاتب - وهو يكتب - نغمة صوت من يريد أن يتواصل معه، إلا إذا كان متميزًا بوعي ذاتي على نحو خاص. وحين يتفكر الكاتب في ذلك ويسعى لملء هذه الفجوة، تُوظَّف أيقونات رموز الانفعالات emoticons؛ مثل أشكال الوجوه المبتسمة مثل (:-)، بوصفها بديلًا عن الإشارات غير النصية، ولكن الدراسات القليلة المُتاحة عن هذا الموضوع (Walther & D'Addario, 2001)، تؤكد أنها ذات فعالية محدودة بالنسبة لتعديل استلام الرسالة التي تحتوي هذه الأشكال. لا يكون المرء قادرًا كذلك على إدراك التغذية الراجعة الحركية (مثل العبوس أو التحديق) التي قد يتلقاها لو كان ينقل خبرًا غير سار وجهًا لوجه.

وختامًا لهذه الفكرة، فإن إيقاع التفاعل المتبادل عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون أيضًا - على نحو ما سأوضح لاحقًا في الفصل القادم - ذا أثر مُضلل على كيفية إدراك المستخدمين لمثل هذا التفاعل. وبشكل عام، تتلقى المنشورات القدر الأكبر من الاستجابات (إن وُجدت) - في الأغلب - في الحال وبمجرد ظهورها، وكلما كانت الاستجابات أسرع، منح ذلك - في الأغلب - النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي إيقاعًا مميزًا، ومن ثم الشعور بأن ما يجري هو محادثة شفهية (عابرة) وليس حوارًا مكتوبًا (موجود بشكل دائم بقدر أو بآخر). قد يكون هذا التعارض حاضرًا بأوضح صورِه في المحادثات التي تتم باستخدام خدمات الرسائل الفورية (والتي صارت الآن جزءًا من أدوات وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك). ونتيجة لذلك، تقول فويدا

Voida وآخرون إن «أغلبية المتاعب التي تظهر في أثناء إرسال الرسائل الفورية تنجم عن التعارض واللَّبس بين القواعد المُتعددة والمتداخلة للتواصل اللفظي والمكتوب (Voida, Newstetter & Mynatt, 2002).

التقنية الرقمية وتلقي الجمهور

لا يتطلب الأمر خبرة خاصة من أجل الإدراك السليم للجمهور في حالة التفاعل وجهًا لوجه (ينطبق ذلك أيضًا في واقع الأمر على التواصل عبر الحاسوب بين فردين)، ولكن يمكن أن تكون محاولة تحديد الجمهور والتحكم به باستخدام البرمجيات عملية مُعقدة، وكلما سعى المرء لتحقيق تحكم أشد، كان استخدام أدوات هذه السيطرة والمحافظة عليها أمرًا أكثر صعوبة. ونتيجة لذلك، وعلى الرغم من أن موقع فيسبوك - على سبيل المثال - يُقدم أساليب متعددة للمستخدم كي يُقسم قُرَّاءه وفق مجموعات بحسب طبيعة المنشور، فقد كشفت دراسة مسحية مُمَثِّلة لمستخدمي فيسبوك من المراهقين الأمريكيين عن أن «الغالبية الساحقة (81%) من هؤلاء المستخدمين قالوا إن جميع أصدقائهم يرون المحتوى نفسه على صفحاتهم» (Madden et al., 2013, p. 5).

تُمثل الطريقة التي تعمل بها إعدادات التحكم في الخصوصية على تويتر أمرًا مثيرًا للاهتمام بوجه خاص، فبالإضافة إلى السماح للمستخدمين بإتاحة تغريداتهم فقط للمتابعين الذين سمحوا لهم بذلك، ثمة طائفة من الأساليب الأخرى التي يُمكن بها حتى للتغريدات «العامة» أن تظهر بشكل انتقائي لجمهور المتابعين بالنظر إلى الطريقة

التي تمت بها كتابة مثل هذه التغريدات. ومع ذلك، وبالرغم من أن الطريقة التي تعمل بها تراكيب الجملة والإعراب تكون موثقة على موقع تويتر في باب التوثيق (Twitter, n.d.–a)، إلا أنه لا يوجد شرح للمستخدمين الجدد حين يقومون بفتح حساباتهم، وعلى نحو ما سوف أوجز لاحقًا، توجد جوانب للطريقة التي يعمل بها تويتر تنزع لجعل المستخدمين منحازين للمزيد من الإفصاح بشكل أكبر مما قد يرغبون - وهو أمر ألاحظه أيضًا فيما يلي عند مناقشة موقع لينكد إن LinkedIn.

عند جمع هذه المشكلات معًا، يبدو أن ثمة مباراة مستمرة لشد الحبل داخل الشركات المُقدِّمَة لخدمات وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك بين الالتزامات التجارية، وتلك التي يبدو أنها أيديولوجية، والتي تدفع باتجاه تغيير الإعدادات الأصلية وبنية البرمجيات من أجل تشجيع المزيد من الانفتاح من ناحية؛ ومخاوف العامة، ووسائل الإعلام، والحكومات بشأن إمكانية الكشف غير المقصود عن المعلومات من ناحية أخرى. أحد الآثار الجانبية لذلك - بغض النظر عن طريقة تسوية النزاع - هو أنه يتعين على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أن يتعلموا كيف يطالعون ويستخدمون إعدادات الخصوصية، والتي تتغير بدورها بشكل متكرر ووتيرة سريعة. وعلى سبيل المثال، قامت إدارة فيسبوك على مدى 18 شهرًا في الفترة الممتدة ما بين عامي 2010 و2011 بتغيير سياساتها للخصوصية ثماني مرات (Waugh, 2011)، كما قامت بشكل متكرر بتغيير طريقة عرض

أدوات التحكم بالخصوصية بالنسبة للمستخدمين، على الرغم من الزعم بأن الدافع وراء التغيير هو جعلها أيسر للاستخدام أو أكثر فعالية. وفي حالة المواقع شائعة الاستخدام مثل فيسبوك دائمًا ما يكون ثمة إرشادات متاحة يكتبها طرف ثالث، وتساعد المرء في إدارة خصوصيته، إلا أن سرعة حدوث التغييرات تعني أن مثل هذه الإرشادات كثيرًا ما تكون قد فقدت صلاحيتها، وبالتالي لا تكون فقط عديمة الفائدة، بل يُحتمل أن تصير أيضًا مضللة أو حتى ضارة.

على الرغم من ذلك، يكون صغار السن واثقين إلى حد ما من فهمهم لطبيعة أدوات التحكم، بينما يكون كبار السن أكثر حذرًا. فقد أظهرت إحدى الدراسات المسحية في الولايات المتحدة (شملت استخدام الإنترنت عمومًا وليس وسائل التواصل الاجتماعي وحدها)، أن 24% من البالغين يشعرون أنهم «لا يتمتعون بأي تحكم - أو بالقليل من التحكم - في معلوماتهم الشخصية التي ينبغي عليهم أن يشاركوا الآخرين فيها عبر الإنترنت، ولكن كانت ثمة فجوة ذات مغزى بين من بلغوا سن الخامسة والخمسين أو تخطوها - أعرب 30% منهم عن شعورهم بعدم الإحساس بالخصوصية - ومن تراوحت أعمارهم بين 18–34 سنة - أعرب 17% منهم فقط عن إحساسهم بهذا الشعور (Microsoft, 2013, p. 2). فيما كشفت دراسة أخرى أُجريت في خمسة بلدان عن أن 30% من البالغين و23% من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 8–17 سنة قد شعروا بأن تحكمهم في سمعتهم عبر الإنترنت (محدود أو مُنعدم) (Brackenbury & Wong, 2012, p. 15). كما أظهرت

دراسة للمراهقين الأجانب أن 8% منهم فقط قالوا إن إدارة أدوات التحكم بالخصوصية في فيسبوك كانت «صعبة نوعًا ما»، فيما وصفت نسبة 1% منهم ذلك بأنه «صعب للغاية» (Madden et al., 2013, p. 8).

الأمر المثير للدهشة هو أنه لا يبدو أن جهدًا كبيرًا قد بُذِلَ لقياس مدى التبرير الفعلي للشعور بالثقة، أو بعدم الثقة - مثل مدى استعمال المستخدمين لأدوات التحكم في الخصوصية المتاحة لهم على نحو سليم. يوجد عرض موجز لمثل هذه الدراسات (Acquisti &Gross, 2006; M. S. Bernstein, Bakshy, Burke & Karrer, 2013; Brandtzaeg, Luders & Skjetne, 2010; Livingstone, 2008) في الفقرات التالية الخاصة بفيسبوك وتويتر. وتؤكد هذه الدراسات - في الأغلب - أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي - في حالة خضوعهم للاختبار - لا يكونون متمتعين بمستوى الوعي والقدرة اللذين يعتقدون أحيانًا أنهم يتمتعون بهما.

خدمات وسائل التواصل الاجتماعي وما تكشفه للمستخدمين بشأن الجمهور

ناقشتُ - حتى الآن - الخصائص المشتركة بين وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن يوجد تباين واسع بين تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للمعلومات التي تقدمها لمستخدميها عمن يقرأ ما يكتبونه سواء من ناحية الكم أو من ناحية الكيف. ولأن بالجمهور يمكن بدوره أن يؤثر في التفاعلات، يمكن اعتبار أن كل تطبيق من

وسائل التواصل الاجتماعي يُقدِّم أشكالًا مختلفة من «التحيز التكويني» constitutive bias (Feenberg, 2008, p. 10) تجاه الممارسات المختلفة لمشاركة المعلومات عبر الإنترنت. توجد المئات من الخدمات المشابهة - ولكل منها تحيزاتها المختلفة - ولكنني سأقوم بتحليل موجز - بغرض التوضيح - لمراقبة الجمهور أو أدوات انتقائه أو كليهما معًا وفقًا لما تُتيحه وسائل التواصل الاجتماعي الأربعة الرئيسة؛ لينكد إن، وتويتر، وتمبلر، وفيسبوك، وكيف يبدو توظيف المستخدمين لمثل هذه الأدوات وإلى أي مدى تم ذلك (إذا كانت الدراسات قد ألقت الضوء على مثل هذه التساؤلات).

لينكد إن LinkedIn

فكرة هذا الموقع هي مشاركة المعلومات الشخصية المُتصلة بمجال العمل. ومع أن معظم مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لمستخدميها بالتحكم في اختيار من لهم القدرة على الدخول إلى صفحاتهم وقراءة منشوراتهم على أساس أن الزوار غير المتوقعين غير مُرحب بهم، يسمح LinkedIn لمستخدميه فقط بحصر الدخول على أفراد محددين بالنسبة لأقسام محددة من صفحاتهم مثل الصور، لكن ما يُفهم ضمنيًا من بنية الموقع ونموذج عمله، أن الزوار غير المتوقعين ليسوا فقط مُرحب بهم، ولكن الموقع يسعى لاجتذابهم أيضًا بوصفهم أرباب عمل أو عملاء محتملين. وفي أي وقت يشاهد فيه أحد المستخدمين صفحة الآخر حتى ولو كان مروره صامتًا، فإن

صاحب الصفحة يتلقى إشعارًا بهذه المشاهدة. وعلاوة على ذلك، فإن اسم الزائر ولقبه الوظيفي يصبحان معلومين لصاحب الصفحة، ما لم يختر الزائر خيارًا آخر. لا يُشجع الموقع مستخدميه على التصفح مع حجب الهوية (هذا الخيار متاح فقط عند شرائك عضوية مميزة)؛ لأنهم إن فعلوا ذلك فلن يكون بمقدورهم جمع معلومات الزوار وإضافتها إلى صفحاتهم الشخصية. من الواضح أن هذا الجمع يُعدُّ أكثر سمات LinkedIn فائدة؛ حيث تأتي على رأس قائمة سمات العضوية المميزة (المدفوعة) القدرة على جمع المزيد من المعلومات عن الزوار، ويشمل ذلك البلد الذي أتوا منه، وما الذي كانوا يبحثون عنه عندما وجدوا صفحتك.

تويتر Twitter

مثله مثل معظم وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن تُضبط إعدادات تويتر لكي يكون متاحًا فقط لمجموعة من «المتابعين» المحددين مُسبقًا، إلا أن هذا ليس الإعداد الأصلي لمستخدمي تويتر، ووفقًا لإحدى الدراسات المسحية، فإن أقل من واحد من كل ثمانية مستخدمين قد اختار حماية تغريداته (Beevolve, 2012). وعلى خلاف LinkedIn، لا يُمكنك أن تكتشف من قرأ أي منشور محدد. إن «متابعيك» يتلقون تغريداتك بشكل آلي ولكنهم قد لا يقرأونها، وفي المقابل فإن تغريداتك يمكن أن تُقرأ - إن كانت عامة - من قِبل أي شخص يبحث عن كلمات أو «وسوم» hashtags استخدمتها في تغريدتك. يمكن أيضًا

للمستخدمين أن يقرؤوا تغريداتك الأحدث عبر الذهاب إلى صفحتك مباشرة ودون تسجيل أنفسهم كمتابعين لك.

وهناك أيضًا عدد كبير من الأفعال التي قد يقوم بها مستخدمو تويتر مما قد يُتتبَّع آليًا ويُشارك مع من يقرؤون لهم. تُجمع هذه الأفعال تحت قائمة بارزة بعنوان «اتصل» connect – على الأقل هذا ما يحدث إذا ما اتبعوا النظام القياسي لعمل تويتر حين يشاركون تغريداتك. تشمل أشكال التفاعل التي يتم تعقبها ما يقرره المستخدم حين يقرر متابعتك، ومتى قام بإضافتك إلى إحدى قوائمه، ومتى أضاف أحد المنشورات إلى القائمة المفضلة – لكي يعود إليه لاحقًا مثلًا – أو حين يقوم بإعادة التغريد retweet (وهو الأمر الأكثر شيوعًا) – إعادة نشر لأحد منشوراتك – أو حين يشيرون إليك (أو إلى حسابك على تويتر). وحين تنظر إلى صفحتك الشخصية تجد أن ثمة تعدادًا لعدد متابعيك.

وبحسب ملاحظتنا في موقع سابق، ثمة عدد من الطرق التي يمكن بها اختيار جمهور التغريدة، حتى حين يكون حساب تويتر عامًا. فالواجهات الخاصة بإرسال «الرسائل المباشرة» الخاصة، وإرسال التغريدات العامة – على موقع تويتر – يتميزان بالشكل نفسه لمربع النص – وذلك على الرغم من أن طريقة عرض التغريد بالنسبة للمستخدم يمكن أن تتغير بشكل متكرر بالنظر إلى الجهاز الذي يستعمله المستخدم، وما إذا كان يستخدم برمجيات طرف ثالث (وهو ما ينطبق أيضًا على المواقع الأخرى للتواصل الاجتماعي).

فإذا ما كتبت ‘d drbrake keep this just between us’، في هذا المربع، فإن هذه الرسالة ستكون «رسالة مباشرة» مرئية فقط لك (ولتويتر)، بينما إذا كتبت ‘@drbrake keep this just between us’ فإن الرسالة نفسها ستصير متاحة لأي شخص يزور صفحتك على تويتر، وسيتم تمريرها بشكل (آلي) لأي شخص كان متابعًا لك أو لمستقبل الرسالة، وسيمكن العثور عليها من قبل أي شخص يبحث عن أي من الكلمات التي تضمنتها. أما الرسالة ‘Hey, @drbrake keep this just between us’ فستكون مرئية من قِبَل أي شخص يتابعك ومن قِبَل الأشخاص الذين يزورون صفحتك الشخصية على تويتر أيضًا (ومجددًا، أي شخص يبحث عن أي من الكلمات التي تضمنتها).

ثمة أدلة على أن هذا التركيب اللغوي المُعقَّد يمكن ألا يكون مفهومًا جيدًا وعلى أن الأخطاء العرضية واردة الحدوث بسهولة. وعلى سبيل المثال، نشر عضو سابق بالكونجرس الأمريكي - أنتوني واينر - عن طريق الخطأ صورًا خاصة له على نحو عام، بدلًا من إرسالها مباشرة إلى صديق له (Weiner, 2011)، وهناك العديد من الأمثلة - رفيعة المستوى - على «التغريد الخطأ» (Kinder, 2013).

يحرص موقع تويتر على حماية مستخدميه من استقبال الرسائل غير المرغوبة عبر حصر إرسال الرسائل الخاصة على الأشخاص الذين «يتابعون» المُرسِل، ولكن يترتب على ذلك أنه للقيام بمحادثة مع مستخدم آخر لتويتر عن إحدى تغريداته، كثيرًا ما يكون المستخدمون

مُجبرين على بدء المحادثة عبر توجيه رسالة عامة إلى الشخص المستهدف، وما لم يختر طرفا الحوار كلاهما عند هذه النقطة أن يتابعا بعضهما بعضًا، فإن المحادثة تظل شبه عمومية (مُتاحة لمتابعي الطرفين أو لزائري صفحتيهما). وبسبب ما يدعوه جوفمان بـ «التجاهل المؤدب» (Goffman, 1967, pp. 83–88)، قد يشعر الجمهور في مثل هذه الحالات أن الانضمام للمحادثة سيكون من غير الملائم، مما يُبقي على وهم الخصوصية.

ثمة عدد من المواقع مثل /http://www.twitonomy.com، و/ttp://twtrland.com التي تُمكِّن المستخدمين (أو المهتمين بمستخدمين محددين) من تتبع كل شيء يمكن قياسه تقريبًا عن مستخدمي تويتر وعن تغريداتهم وصفحاتهم، فيمكنك - على سبيل المثال - أن تكتشف بسهولة أي تغريداتك قد خضع للعدد الأكبر من حالات إعادة التغريد (استشهد بها آخرون). ومن يمتلك عددًا أكبر من المتابعين من بين مَن أعادوا التغريد، ومن أين أتى متابعوك (المدينة أو الدولة التي يقيمون بها). ومع ذلك، فإن هذه الخدمات قد صُمِّمت - في المقام الأول - لخدمة «كبار المستخدمين» مثل رجال الأعمال أو المشاهير الذين يستخدمون تويتر على نحو استراتيجي، ولكن من غير الواضح إلى أي مدى تُستخدم هذه الخدمات من قِبل القاعدة العريضة من مستخدمي تويتر. وإضافة إلى ما سبق، تغفل هذه الأدوات جانبًا مهمًّا يتعلق بالجمهور الذي لا يتم تتبعه (في حالة المنشورات التي تُنسخ بدلًا من إعادة تغريدها)، أو بطبيعة ذلك

الجمهور التي لا يمكن تتبعها - وهو اتجاهات واهتمامات أولئك الذين وُجهت إليهم أية منشورات على سبيل المثال.

وعلى الرغم من وجود التحيز التأسيسي والتنفيذي في تويتر، الذي يُشجع المستخدمين على التعامل مع منشوراتهم بوصفها عامة ويتتبعوا مدى استقبالها، إلا أن مارويك وبويد Marwick & Boyd قد وجدا في دراسة عن مستخدمي تويتر أن بعضهم كان يرفض هذا الإطار، ويرفض أيضًا - بشكل ضمني - وعي الجمهور بذلك، وقد لاحظ الباحثان أن:

«الأفراد الذين خضعوا للدراسة ممن كان لهم عدد قليل نسبيًّا من المتابعين قد تحدثوا - بشكل نمطي - عن الأصدقاء، ولكن كان تركيز بعضهم على أنفسهم [...]

«أعتقد أنني أكتب إلى الأشخاص الذين أتابعهم والذين غردوا مؤخرًا. إنني أُغرد أيضًا لنفسي، فهل هذا خطأ؟»

«أظن أنني أغرد لأصدقائي، والمعجبين بي... وأتحدث إلى نفسي».

قد يكون التركيز على «الذات» وعيًا ذاتيًّا، ورفضًا لصفة العمومية: «هذا حسابي الخاص على تويتر، إنه يتحدث عني في المقام الأول».

«إلى من توجِّه تغريداتك؟ - لا أحد، إنني أحب ذلك فحسب... إنني أكتب التغريدات التي أريد أن أقرؤها، إنني لا أُغرد من أجل أحد، إنني أفعل ذلك لأنني أريده».

«على الرغم من أن هؤلاء الأشخاص قد لا يوجهون تغريداتهم بشكل مباشر إلى آخرين، إلا أنهم لا يغردون في الخلاء؛ فلديهم جميعًا متابعون وهم يتابعون آخرين. ينطوي تأكيدهم على «ذواتهم» على أن تويتر - بالنسبة لهم - فضاء شخصي لا تُمثل فيه ردود أفعال الآخرين شيئًا ذا بال».

(A. Marwick & boyd, 2011, pp. 118–119)

تمبلر Tumblr

تُعد الخيارات التي توفرها منصة Tumblr بالنسبة لوعي الجمهور - من جوانب عديدة - شبيهة بما يوفره تويتر، وتمثل «متابعة» تدوينات الآخرين على تمبلر جزءًا مهمًّا من قواعد هذه الخدمة، وفي واقع الأمر، فإنه لا يكون بمقدورك التسجيل من دون متابعة بعض التدوينات، وحينها يمكنك «إعادة التدوين» أو «الإعجاب» بالمنشورات على سبيل المثال. وكما في حالة تويتر، يمكنك أيضًا الإشارة إلى الجمهور المرغوب بالنسبة لمنشورات محددة عبر استخدام علامة «التنويه» tagging للتحكم في جمهور المنشور على نحو صريح، ولكنها بدائية. ينبغي أن تكون مدونتك «الأولية» على تمبلر عامة، ولكن يمكنك أن تُنشِئ مدونة إضافية «ثانوية» لا يكون مسموحًا بالدخول إليها سوى باستخدام كلمة مرور، ولا يُمكنك الاختيار بين العديد من المستويات الواضحة للخصوصية بالنسبة لكل منشور في المدونة على نحو ما يُمكن فعله في منشورات فيسبوك - على سبيل المثال.

وعلى خلاف تويتر، لا يملك Tumblr منظومة «ecosystem» خدمات تفاعلية واسعة لتتبع الجمهور واستخلاص معلومات كمية بشأن استجابات الجمهور وتأثير المستخدم. ومن ناحية أخرى، يُقدم تمبلر - من جانب محدد - لمستخدميه قدرًا أكبر من المعرفة التي نجدها في تويتر. وهناك إمكانية في حالة استخدام Tumblr (كما في حالة استخدام معظم مواقع التدوين) لتحميل خدمات خارجية تُمكنك من أن تتتبع - بشكل تقريبي - عدد قراء أي منشور محدد ومواقعهم،[2] سواء كانوا يستخدمون نصك في أي نشاط عام أم لا. ومع ذلك، فإن هذه الخاصية لا تظهر بشكل تلقائي؛ إذ يتعين على المستخدمين أن يقوموا بالتسجيل بشكل منفصل في خدمة مثل «تحليلات جوجل» Google Analytics واتباع التعليمات التي يُقدمها Tumblr، ولكن لا تكون هذه الخاصية في حالة إظهار حين تُنشئ حسابك: http://www.tumblr.com/docs/en/google_analytics

فيسبوك Facebook

يبدو أن Facebook يُقدم - من جوانب كثيرة - قدرًا كبيرًا من المعلومات عن الجمهور، لا يُقدمه غيره من المواقع بهذا القدر؛ حيث يُمكن للمستخدم أن يُحدد الحد الأقصى المحتمل من جمهور أي منشور. كما أن لكل منشور ولكل عنصر من عناصر محتوى الصفحة الشخصية للمستخدم جمهوره المُحتمل - سواء وفق الإعدادات الأصلية أو غيرها، وسواء كان الجمهور الأساسي الذي يتكون - عادة - من

«أصدقاء» المستخدم، أو من أحد الفئات الفرعية المحتملة للجمهور، والتي يُمكن للمستخدم أن يُنشِئها باستخدام إعدادات الخصوصية لفيسبوك، ولكن لا يُقدم Facebook – كما في حالة معظم الخدمات الأخرى – أية وسيلة لتحديد مَن مِن بين القُراء المحتملين لرسالة ما قد قرأها بالفعل. بل إن تقدير المستخدم لجمهوره على Facebook أكثر صعوبة من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وعلاوة على أن التحكم في اختيار من هم المسموح لهم برؤية منشورات محددة يتم وفقًا لإعدادات المستخدم، يستخدم فيسبوك خوارزميات تمرر أو تُخفي المنشورات على نحو انتقائي اعتمادًا على «اهتمام» القُراء. وهذا الأمر لا غنى عنه نظرًا للحجم الهائل للمنشورات التي ينشرها المستخدمون؛ حيث يُقدر الموقع أن «في كل مرة يقوم فيها المستخدم بالاطلاع على جديد المنشورات، فإنه يكون هناك 1500 منشور محتمل في المتوسط من الأصدقاء، والأشخاص الذين يتابعهم المستخدم، وكذلك الصفحات التي يُسجل إعجابه بها» (Facebook, 2013b).

وقد تمكنت مجموعة من الباحثين من فيسبوك (M. S. Bernstein et al., 2013) من مقارنة تقديرات مستخدمي فيسبوك لعدد قراء منشوراتهم بالعدد المحتمل الأدق لهؤلاء القراء. بلغ متوسط عدد القراء للمنشور الواحد حوالي 24% من أصدقاء المستخدم، إلا أن تقديرات المستخدمين كانت – باستمرار – أقل من حجم الجمهور الفعلي، حيث غلُبَ على ظنهم أن جمهورهم لا يتجاوز 27% من الحجم الحقيقي للجمهور. كشفت هذه الدراسة عن أن أكثر الأساليب شيوعًا بين المستخدمين لتقدير حجم

قُراء منشور ما كانت لا تتعدى مجرد التخمين (23%)، أو الاستقراء من عدد علامات «الإعجاب» likes والتعليقات التي يحصدها المنشور (15%). إلا أن الأسلوب الأخير - للأسف - لا يُمثل مؤشرًا جيدًا، لاسيما حين لا توجد تغذية راجعة عن هذا المنشور:

«كان متوسط نسبة الجمهور (للمنشور) 28,9% من أصدقاء المستخدم، ولكن 90% من هذه النسبة تراوحت ما بين 1,9%، و55,2% من أصدقاء المستخدم؛ لذا، وفي حين قد يُصاب المستخدمون بالإحباط حين لا يتلقون تغذية راجعة خاصة بمنشوراتهم، فإنهم يعجزون أيضًا عن تقدير عدد الأشخاص الذين وصلهم المنشور نتيجة لذلك».

(M. S. Bernstein et al., 2013, p. 6)

وقد أوضحت دراسة مبكرة أُجريت على مستخدمي فيسبوك في إحدى الجامعات الأمريكية (Acquisti & Gross, 2006) على نحو بارز المشكلات التي يبدو أن الكثير من المستخدمين يعانون منها بالنسبة لفهم إعدادات الخصوصية. تناولت الدراسة كيف كانت الاتجاهات المُعلنة تجاه الخصوصية مُتسقة مع السلوك المُلاحظ، وكشفت عن أنه:

«على الرغم من أن نسبة 16% من عينة الدراسة قد أعربوا عن الحد الأقصى من القلق من فكرة أن يستطيع شخص ما بعد خمس

سنوات من الآن أن يعرف معلومات حالية عنهم تخص التوجه الجنسي، واسم شريك الحياة، والاتجاه السياسي؛ إلا أنهم لم يخفوا هذه الفئات الثلاثة من المعلومات، على الرغم من أنه يمكن ملاحظة انخفاض في عدد الأعضاء الذين يُشاركون غيرهم هذه المعلومات مع تنامي مخاوفهم المُعلنة. ومع ذلك، ما يزال عدد من الأعضاء تزيد نسبتهم عن 48% ممن أعربوا عن الحد الأقصى من القلق من هذه الفكرة، يكشفون على الأقل توجههم الجنسي الحالي، فيما تذكر نسبة 21% منهم - على الأقل - اسم شريك الحياة (على الرغم من أن بعضًا من أفراد عينة الدراسة لم يكونوا متزوجين)، فيما يذكر حوالي 47% منهم على الأقل اتجاهاتهم السياسية».

(Acquisti & Gross, 2006, p. 11)

كذلك كشفت دراسة تكميلية لمستخدمي فيسبوك في الجامعة نفسها (معظمهم يعرف) عن أنهم قد قاموا فيما بين عامي 2005 و2011 بتقليص حجم المعلومات الشخصية التي يشاركونها من خلال صفحاتهم إلى حد كبير، ومع ذلك، كانت ثمة استثناءات بارزة لهذا الاتجاه. ففي عامي 2010 و2011 زادت احتمالات مشاركة المعلومات الخاصة بـ «المدرسة الثانوية، ومسقط الرأس، والعنوان، والاهتمامات، والأفلام والكتب والموسيقى المفضلة»، وهي حقيقة ربطها الباحثون مباشرة بالتغييرات التي حدثت في الإعدادات الأصلية للخصوصية على فيسبوك (Stutzman, Gross & Acquisti, 2012, p. 25). وعلاوة على ذلك - وبحسب إشارة الباحثين، كان هناك المزيد من الفرص

الكثيرة للمستخدمين لكي يقوموا بمشاركة بياناتهم «على نحو خاص»، ويشمل ذلك مجموعات محتملة كبيرة للغاية (تشمل موقع فيسبوك نفسه و«تطبيقات» الطرف الثالث)، ولكنه لا يشمل جميع مستخدمي الإنترنت. لاحظ الباحثون أربعة عوامل دافعة باتجاه الإفصاح المتزايد عن «الخصوصية»:

«لقد زاد عدد حقول الصفحة الشخصية المُتاحة لمستخدمي فيسبوك عما يمكن مشاركته عبر الزمن... فقد بدأ المستخدمون في مشاركة حقول محددة بشكل متكرر: مثل جديد المُستخدم - على سبيل المثال - في عام 2006، والتسلسل الزمني في عام 2011... والبدء في استخلاص المزيد من البيانات المتنوعة عن المستخدم من قِبل تطبيقات الطرف الثالث (بدأ ذلك في عام 2007)... [و] بدء تمكين أصدقاء المستخدم على فيسبوك من إضافة معلومات عن ذلك المستخدم عن طريق التنويه tagging عن الأفراد في الصور في عام 2006 - على سبيل المثال، والتنويه عن أماكنهم في عام 2010».

(Stutzman et al., 2012, pp. 26–27)

كما كشفت دراسة أصغر حجمًا شملت 65 طالبًا جامعيًّا أنه ما من أحد من هؤلاء الطلاب قد تمكن من التعامل مع أدوات التحكم بالخصوصية على فيسبوك بشكل ناجح على النحو الذي كان ينتويه، وأن 93,8% من المشاركين قد أفصحوا عن معلومات لم يكونوا يودون الإفصاح عنها (Madjeski, Johnson & Bellovin, 2011).

وتكشف الأبحاث التي أُجريت بناء على مقابلات وجهًا لوجه عن قدرة الأفراد على التحكم في جمهورهم عبر الإنترنت، عن تفاصيل كاشفة. فقد وجد ليفينجستون Livingstone في دراسته عن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من المراهقين (يشمل ذلك إضافة إلى فيسبوك MySpace وغيره من المواقع) عن أن هؤلاء المستخدمين:

«الذين تمت مقابلتهم، ترددت نسبة ضئيلة منهم في الإجابة عن الأسئلة بشأن الكيفية التي يغيرون بها إعدادات الخصوصية، وكثيرًا ما كانوا يضغطون على الخيارات الخطأ قبل النجاح في المهمة، كما أظهروا قدرًا من العصبية عند الحديث عن النتائج غير المرغوبة لتغيير الإعدادات (وفي هذا السياق يُشار إلى «خطر الغرباء» واستحسان أولياء الأمور، على الرغم من ورود قصص أخرى عن الفيروسات، وتعطل الحاسوب، والدعاية ومجموعات الرسائل غير المرغوبة)».

(Livingstone, 2008, p. 406)

كذلك وجد برانتسيج Brantzaeg الذي درس عددًا من مستخدمي فيسبوك في النرويج عبر فئات عمرية واسعة التباين؛ ترددًا مشابهًا والتباسًا حين طُلب منهم أداء مهمات مرتبطة بالخصوصية:

«بدا أن العديد من المستخدمين يجدون صعوبة في استخدام إعدادات الخصوصية في فيسبوك، وفي الكثير من الحالات (لاسيما العينة الأكبر من البالغين) توقف المشاركون عن المحاولة، وطلبوا المساعدة من الباحث. قرر اثنان من أفراد هذه الفئة العمرية أنهم

لم يروا إعدادات الخصوصية من قبل، ولم يتمكنوا من الوصول إليها على الإطلاق؛ وهو ما يُشير إلى وجود فجوة بين الأجيال في الوعي بإعدادات الخصوصية والقدرة على استخدامها [...] كذلك لم يدرك بعض المستخدمين (ثلاثة من الشباب وأربعة من الفئة الأكبر سنًّا) أن صفحاتهم الشخصية متاحة للزيارة من قبل جميع المشتركين في «شبكة النرويج». كما خلط الكثيرون بين مصطلح شبكاتي My Networks وأصدقائي My Friends، ونتج عن ذلك أن كانت صفحاتهم الشخصية متاحة لجميع المشتركين في «شبكة النرويج» Norway Network، والتي تضم قرابة مليون مشترك».[3]

(Brandtzaeg et al., 2010, pp. 1024–1025)

وكما في حالة تويتر وتمبلر، يُمكّن فيسبوك مستخدميه من تتبع إعادة نشر منشوراتهم في أماكن أخرى على فيسبوك ما دام مَن قاموا بذلك اتّبعوا القواعد الخاصة بذلك على فيسبوك (أعني استخدام أمر المشاركة share بدلًا من نسخ ولصق النص). ونظرًا للاهتمام الخاص الذي يوليه موقع فيسبوك للخصوصية، فإنه يسمح كذلك لمستخدميه - بشكل رسمي - أن يضعوا قيودًا على قدرة الآخرين على إعادة نشر المحتوى الخاص بهم، بل وحذف البيانات غير المباشرة التي قد يكون آخرون قد أضافوها (مثل التنويه tag بالمستخدم، والذي يظهر في صورة يشاركها الآخرون). مرة أخرى فإن وسائل التحكم من هذا النوع لا تُفلح إلا إذا اتبع المستخدمون الوسائل «المتفق عليها» لمشاركة المحتوى بدلًا من النسخ واللصق على سبيل المثال.

ومقارنة بالمواقع الأخرى التي ذكرناها، كثيرًا ما يصعُب استخدام الإشارة التعريفية أو غيرها - بشكل عملي - من أجل تقديم سياق محدد لمنشور محدد على فيسبوك بطريقة تجعله منفصلًا عن غيره من المنشورات التي تستهدف سياقات أخرى، وهو ما ينطبق على الأقل على «جديد المستخدم» status update. وهو النمط الأكثر شيوعًا من بين منشورات فيسبوك. وفي حالة استخدام LinkedIn، يُفتَرَض بجميع المنشورات بشكل عام أن تكون متصلة بالعمل.

أما في حالة تويتر وتمبلر - كما لاحظنا فيما سبق - فإن كل منشور يُمكن أن يُعطي «وسمًا» hashtag (أو أكثر) مصممًا لجذب انتباه جمهور محدد إلى ما يُناقشه المنشور. يوفر فيسبوك كذلك خاصية الوسم، ولكن لا يبدو أنها تُستخدم على نطاق واسع. كما أن ثمة وفرة في مجموعات فيسبوك التي يمكن فيها للعضو أن يُرشح منشورًا ليُركَّز عليه، ولكن «جديد المستخدم» على فيسبوك لا يحتوي على تصنيفات واضحة، وعلى الرغم من أن صاحب المنشور على فيسبوك يمكنه أن يُعدِّل من حجم الجمهور المستهدف لمنشور ما، فإن القارئ يمكنه أن يستدل على ذلك من خلال محتوى المنشور. وعلاوة على ذلك، يسمح فيسبوك ويُشجع - على خلاف LinkedIn - على تعددية العلاقات بين مختلف أطياف الجمهور.

فئات المعرفة بالقارئ

توجد ثلاثة أنماط من المعرفة بالقراء وباستجاباتهم في وسائل التواصل الاجتماعي؛ تنجم عن هذا التحليل. فأحيانًا ما تكون هذه المعرفة مباشرة حين يختار قارئ محدد أن يستجيب بشكل مباشر إلى ما كتبه كاتب المنشور. وأحيانًا تكون المعرفة غير مباشرة (Goffman, 1959, p. 7) مثل إمكانية تقدير عدد زوار مدونة ما وتحديد موطنهم باستخدام البرمجيات الملائمة؛ لأن المُتصفح الذي يستخدمه الزائر يُقدم هذه المعلومات، كما أنه في حالة مواقع تويتر وتمبلر، فإن صاحب المنشور يتلقى (عادة) إشعارًا عندما يتفاعل مستخدم آخر علنيًّا سواء عن طريق إعادة النشر فقط أو إعادة النشر مع التعليق.

ومع ذلك، فإنه يُستدل على الكثير من المعلومات الخاصة بالقراء، سواء لأن الجمهور يكون محدودًا (مثل الرسالة التي لا تكون متاحة سوى «للأصدقاء» على فيسبوك)، أو لأن المُستخدِم يستهدف - بشكل واضح - جمهورًا محددًا عبر ربط المنشور ببيانات غير مباشرة مثل الوسم، أو وضع منشور على نوع محدد من الخدمة (فوضع منشور عن دور الوراثة على منصات التواصل في موقع يُناصر تميُّز العرق الأبيض - ستورمفرونت دوت كوم stormfront.org يصادف جمهورًا محددًا يختلف عن الجمهور الذي سيصادف الموضوع نفسه على الموقع الإخباري لهيئة الإذاعة البريطانية BBC، على الرغم من أن الجمهور المحتمل في الحالتين يكون - من حيث المبدأ - هو نفسه؛

نظرًا لأن أيًا من المنشورين يكون مرئيًّا لأي متصفح عابر ويُحفظ من قِبَل محركات البحث).

إن الكثير مما قد يكون مرئيًا في التواصل وجهًا لوجه غالبًا ما يكون مجهولًا أو غير قابل للإدراك عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل بأسلوب التواصل عن بُعد - انظر (Ball–Rokeach & Reardon, 1988)، وانظر أيضًا الفصل الثالث. وإذا ما استخدمت موقعًا يوفر أدوات ضبط الخصوصية مثل فيسبوك أو تويتر، فسيكون هناك قائمة متاحة لك بالأشخاص الذين قد يكون مسموحًا لهم قراءة ما تكتبه باستخدام هذه الخدمة، ولكن لا يمكن أن تعلم مَن منهم - على وجه الخصوص - قد اختار أن يقرأ أي منشور كتبه أي عضو من الأعضاء (باستثناء المنشورات الخاصة بمواقع متخصصة محددة مثل LinkedIn). وعلى أي حال، لا يكون متاحًا لك أية معرفة برد الفعل الانفعالي لدى من قرؤوا منشورًا خلافًا لما يحدث في التواصل وجهًا لوجه. وبحسب ما سوف نشير إليه في الفصل الخامس، فإنه لا يكون بمقدورك أيضًا معرفة متى يمكن أن يُقرأ منشور ما (على الرغم من أن بعض المواقع مثل تويتر وفيسبوك تجعل من بحث القراء عن محتوى أقدم من وقت معين أمرًا صعبًا).

دراسة حالة: إلى أي مدى يعرف المدونون قراءهم، وإلى أي مدى يرغبون في ذلك؟

«إنني لا أعلم حتى كيف يبدو بعضهم، بل إنني لا أعلم ما إذا كانت خانة النوع الاجتماعي (ذكورًا أم إناثًا) الخاصة بهم صحيحة أم لا».

دونالد[4]

تُشير الدراسة التي أجريتها على المدونين الذين يستقرون بالمملكة المتحدة أنهم غير مهتمين بشُح المعلومات المتاحة لديهم عمن لديهم القدرة على قراءة ما ينشرونه، على الرغم من أن بعضًا مما يُنشَر قد يكون ذا طبيعة خاصة.[5] لقد بدوا قانعين بالمعلومات التي خمنوها عن قراءهم، وفي حين كان البعض فضوليًّا، لم تسع الأغلبية إلى التأكد من طبيعة جمهورهم الفعلي، عبر المعلومات غير المباشرة التي قد يختارون جمعها.

وعلى الرغم من أن أدوات تحليل المدونات متاحة مجانًا من خلال عدد من المواقع، فلا يوجد سوى القليل من الأدلة على أن المدونين يستخدمون مثل هذه الأدوات لتتبُّع عدد زوار مدوناتهم. أما أولئك الذين يستخدمون هذه الأدوات، فإنه يبدو أن القليل منهم يراجع النتائج التي يحصلون عليها بشكل منتظم. كما كشفت دراسة مسحية أمريكية عن أن نصف عدد المدونين الذين خضعوا لهذه الدراسة لم يكن لديهم أدنى فكرة عن عدد الأشخاص الذين يزورون مدوناتهم (Lenhart & Fox, 2006). بالمثل، كشفت دراسة مسحية قمت بها للمدونين الذين يستقرون في لندن قبل مقابلتهم (شملت العينة 150 فردًا) عن أن نسبة الثلث فقط قد قالوا إنهم قد استخدموا أدوات تحليل حركة المرور عبر الإنترنت، وذكر عدد من هذه النسبة بلغت نسبتهم الثلث أنهم قد استخدموا هذه الأدوات شهريًا أو بوتيرة أقل، ويحتمل أن بعضًا ممن لم يستخدموا هذه الأدوات كانوا يريدونها، ولكنهم لم يكونوا واعين بوجود مثل هذه الأدوات من الأساس أو لم

يعلموا كيف يستخدمونها. ومع ذلك، ففي حالة الـ23 مدونًا الذين قابلتهم، كانت الأدلة شحيحة على اهتمامهم بأدوات التتبع. وقد سُئل معظمُ من قُوبلوا عمَّا إذا كان ثمة أمور يودون أن يكونوا قادرين على فعلها، ولكنها لم تكن متاحة، ولكن لم يُبدِ سوى اثنان (بيتي ورنيا) رغبة في التمتع بقدرة أفضل على تحديد أو تتبع قراءهم.

كذلك أبدى ثلاثة من الأفراد الستة الذين قرروا استخدامهم لأدوات التتبع عدم حماسهم تجاه استخدام هذه الأدوات. قال تشارلز في المقابلة التي أُجريت معه إنه قد توقف عن ذلك: «كنت أقوم بشكل من أشكال متابعة عدد الزوار؛ لأنني كنت مهووسًا بمعرفة ما إذا كان أحد يقرأ لي أم لا. كنت مرعوبًا من ألا يقرأ ما أكتبه سوى عدد قليل من الناس». بالمثل قالت نانسي: «أعتقد أنه كان لدي وسيلة للمتابعة... ولكن لا أدري... لم يكن الأمر مهمًّا على النحو الذي كنت أتصوره. إنها مجرد أعداد فحسب». أما حين طُلب من فرانسيس أن تُخمن عدد زوار موقعها، فكانت تعاني من نقص المعلومات:

«آه... لا أدري. إنني أعلم أن الكثير من المدونين يكونون مهووسين بمتابعة عدد الزوار وبمن يهتم بما تقوله الإحصائيات عن صفاتهم. أنا لا أقوم بذلك في كل الأوقات، ولكني أعتقد أنه مهم... ويُجدي نفعًا... أعتقد أنه من الأنسب أن يقوم المرء بذلك أسبوعيًّا... لا أعلم بالضبط عدد زوار صفحتي... ربما يبلغ عددهم 30 زائرًا في اللحظة التي أتابع فيها عددهم».

وفي المقابل، قالت هاريت Harriet إنها «كانت تتابع باستمرار الإحصائيات الخاصة بموقعها»، ولكنها قالت إنها صارت تقوم بذلك بوتيرة أقل؛ لأنها «لا تملك الوقت نفسه للقيام بهذا العمل»، أما «آني» فكانت معتادة على الاستخدام المستمر لمثل هذه الأدوات. كما كانت بيتي تستخدم البرمجيات الأساسية الخاصة بالمدونات ولكنها قالت: «كنت أود لو كان لدي وسيلة للتتبع تخبرني بكل شيء عن كل شخص؛ لأنني فضولية جدًّا. إن هذا الأمر يستهويني فحسب». ومع ذلك، قالت بيتي إنها لن تكون راغبة في دفع 6 دولارات شهريًا إلى شركة برمجيات المدونات للحصول على معلومات مفصلة، وبالنسبة لمعظم من قُوبلوا كانت البيانات الخاصة بالجمهور في نهاية المطاف - وبحسب تعبير نانسي - «مجرد أعداد».

وقرر عدد قليل من المدونين الذين قُوبلوا - آني ودونالد وهاريت - استخدامهم لمهاراتهم في التعامل مع الإنترنت والأدوات المتاحة لتتبع الزوار الأفراد إضافة إلى تقدير أعدادهم (أو تفكيرهم على الأقل في هذا الاستخدام). ومن بين أفراد المجموعة الأخيرة، لم يُكرِّس أيٌّ منهم وقته لهذه المتابعة سوى آني (التي توقفت الآن عن التدوين)، على الرغم من أنها لم تحظ بخلفية تقنية. قالت آني إنها لم تقم فقط بإحصاء عدد الزوار بشكل يومي، لكنها اهتمت أيضًا بمعرفة «من أي مكان قد أتوا، ومعرفة الوقت الذي قضوه، وأي الكلمات المفتاحية التي استخدموها للوصول إلى صفحتها». واستخدمت المعلومات المتاحة

في محاولة منها لمعرفة ما إذا كان زوار موقعها يمتلكون بدورهم مدونات أم لا، «فقط لأن هذا أمر مثير».

وبينما لم يقم دونالد بتتبع عدد زواره، وقال: «لم أهتم بذلك مطلقًا» - فقد لجأ إلى معرفته بأساليب التتبع عبر الإنترنت ذات مرة بسبب كتابة صديق مجهول له لتعليق أثار غضبه، فقام بتتبع صاحب التعليق المجهول من أجل معرفته. يبدو أن ما حدث في هذه الحالة كان استعراضًا للمهارة، يقول دونالد عن صديقه: «لم يدرك جديًّا أنه يمكن تعقبه عبر الإنترنت وهذا أمر مضحك تمامًا، لقد جلست في مكتبي وتتبعت الـIP الخاص به فحسب». وفي حالة أخرى، كانت هاريت قد قالت إنها تتبع عدد قرّائها يوميًّا، ولكن ربما بسبب عملها في مجال الدعاية المتصلة بالتقنية فإنها كانت تعُد استخدام أدوات متابعة القراء أمرًا طبيعيًّا، حتى وإن لم تكن تستغل هذه المعلومات للربح التجاري. هددت هاريت بتعقب قراء محددين، إلا أن هذا لم يحدث سوى بعد كتابتهم لتعليقات عدائية ومسيئة على صفحتها:

«قلت له: هل تعلم إنني أمتلك الـIP الخاص بك، وإذا ما استمرت إساءاتك فإنه سيمكنني تعقبك... قال: لا يمكنك تهديدي. الأمر المضحك أن هذا الشاب الذي أعرفه جيدًا عن طريق المدونة قد قال لي: «إنني ذاهب لمحادثة أحد أصدقائي... وعندها توقف كل شيء».

لم تحمل مدونات من قُوبلوا سوى القليل من الأدلة على طلبهم بشكل مباشر من قرّائهم أن يعرفوا أنفسهم أو يذكروا لِمَ يقرءون

ما يكتبونه أو أن يعبروا عما يشعرون به تجاه المدون، على الرغم من أن بعض المدونين قد طلبوا من قرائهم مساعدتهم بشأن مواقف واقعية، وطلبوا نصحهم بشأن ما يجب أن يقوموا به، أو طلبوا منهم إفادتهم بشأن جودة ما يكتبونه.

وهذا الغياب الواضح للاهتمام بالجمهور ناتج - إلى حد ما - عن المنهج المستخدم في اختيار عينة مَن شملتهم الدراسة؛ إذ إن مَن كانوا شديدي الاهتمام بجمهورهم المحتمل، وحرصوا على التحكم في اختيار مَن يمكنه أن يقرأ ما يكتبونه عبر استخدام إعدادات الخصوصية، لاستبعاد الجمهور غير المرغوب، قد استُبعِدوا من دراستي، التي ركزت على الأشخاص الذين أفصحوا عن أنفسهم بشكل عام على الإنترنت.

يمكن أيضًا أن نعزو الصورة المختلطة للاهتمام أو عدم الاهتمام بالقراء المجهولين الذين يدخلون إلى صفحات المدونين إلى إدراك المدونين لعدم إمكانية الكشف عن هوياتهم، مما يعزلهم عن أي تداعيات تتخطى نطاق العلاقات الافتراضية، وهو ما يتفق مع ما تكشف عنه أبحاث أخرى عن حجب الهوية والإفصاح عنها عبر المدونات (Hollenbaugh & Everett, 2013). ومع ذلك، فإن النظر إلى مدونات من شملتهم الدراسة يُشير إلى أن الوضع لم يكن دائمًا كذلك. فعلى الرغم من أن 14 من أصل 23 ممن شملتهم الدراسة، قد استخدموا أسماء مستعارة، فإنه في حالة 8 منهم كانت معرفة هوياتهم - من قِبَل

القراء - أمرًا يسيرًا، بقدر أو بآخر، من دون الحاجة إلى أي معلومات سياقية إضافية.[6] وعلاوة على ذلك، فلم يبد أن درجة الإفصاح عن الذات التي ظهرت في مدونات من قُوبلوا - في هذه الدراسة - لها أية علاقة قوية بالدرجة المُتصورَة أو المرغوبة لحجب الهوية. وفي حالتين من الحالات التي كان فيها المدونون مُفصحين عن حياتهم الشخصية عبر مدوناتهم، كانوا مفصحين أيضًا عن هوياتهم، فشكفت آني عن اسمها ووظيفتها سعيًا لمزيد من الرواج في مجال العمل، فيما كشفت فرانسيس عن اسمها الأول (وهو أمر غير معتاد)، وعن مسقط رأسها على مدونتها.

دراسة حالة: كيف يتصور المدونون شخصيات قرائهم؟

على الرغم مما لاحظناه فيما سبق، إلا أن المدونين الذين خضعوا للمقابلة لم تكن لديهم دراية - بشكل عام - بالكثير من المعلومات عن قرائهم سواء المُقدَّمة بشكل مباشر أو غير مباشر، ولم يَبدُ أن نقص المعلومات «المؤكدة» كان أمرًا مقلقًا بالنسبة لهم، حتى بالنسبة لمن أقروا بأنهم قد يشعرون بالحرج أو بما هو أسوأ من ذلك إذا ما قُرئ بعض مما كتبوه من قِبل الأشخاص «الخطأ». وفي الوقت الذي أعرب فيه بعض المدونين عن مخاوفهم من حدوث هذا الضرر المحتمل - إضافة إلى الذين قالوا إنهم يحرصون على عدم الكشف عن المحتوى الذي قد يسبب لهم إيذاءً - فإنه يبدو أن ثمة نزوعًا قويًّا بين المدونين لتركيز الانتباه على القراء الذين يعرفونهم (على سبيل المثال مَن

منهم يقوم بالتعليق، ومَن منهم تحمِل تعليقاته نبرة تعاطف غالبًا، مع تجاهل الآخرين. وعلى سبيل المثال، سُئلت فرانسيس عن القراء الذين عثروا عليها عن طريق المصادفة:

– هل لا يُمثل هؤلاء بالنسبة لك أهمية سواء كانوا 50 أم 500؟

– لا. إنني أكون مندهشة. قد يكون هناك 500 قارئ بالفعل، ولكنهم لا يقومون بالتعليق. إننا ندعو هؤلاء بالمندسين».

الأمر الأكثر إثارة للدهشة، هو أنه قد بدا أن بعض المدونين ممن قُوبلوا يتجاهلون – عمدًا – واقعة أن هناك جمهورًا بالفعل لما يكتبونه. أشارت إحداهن إلى ذلك بوصفه صورة من الجنون المحدود»:

«إنني أضع الأشياء على مدونتي ولكنني لا أفكر في أن هناك من يقرأها. سيقول البعض: لمن تكتب إذن؟ وأجيب: آه – إني آسفة. إنني لا أقوم بعمل عقلاني – إنني أفترض أن هذا صورة من الجنون المحدود».

–إلين

ولعل ما يسبب المزيد من الدهشة هو أن إلين لم تكن تلك المدونِة التي تُنشئ مدونتها بدون أن تخبر أحدًا، ولا يقرأ ما تكتبه سوى القليلون، فقد كانت – في واقع الأمر – صحفية، وكتبت عن إنشائها لمدونتها في مجلة متخصصة في التقنية. ونتيجة لذلك كان لها مئات القراء (وهي تعلم ذلك دون ريب).

وبغض النظر عن عدد المدونين الذين قابلتهم وقرروا بالفعل أنهم يعرفون قراءهم. فيبدو أنهم حين يكتبون، فنادرًا ما يكون فضاؤهم التواصلي المُتخيل مرتكزًا بالأساس على هذه المعرفة، وهو ما سبق لمارويك وبويد (2011) Marwick & Boyd ملاحظته بشكل ضمني. وفي أغلب الأحيان كان المدونون يتخيلون أنهم يكتبون في فضاء آمن مكون من قراء متجانسين (سواء كانوا غرباء أم أصدقاء حميمين أم خليط من الاثنين). ووفقًا لملاحظة لينهارت Lenhart في دراستها عن مدونتها، فإنه «حتى في حالة توافر جميع المصادر الأخرى للمعلومات، فإنه سيظل هناك أفراد من الجمهور غير محصورين أو معلومين، ويقوم المدون بتخيل صورة هذا الجمهور وفق «الواقع» أو «الآمال» (Lenhart, 2006, p. 83).

يبدو افتراض التعاطف واضحًا في حديث كولين Colin عن الأسباب التي دعته إلى التحول من كتابة مذكرات خاصة إلى كتابة مدونة:

«في المقام الأول، لأنه لم يكن هناك من يقرؤها [المذكرات]. لم يكن هناك من يقول: هذا طيب للغاية. كان هذا تحديًا صعبًا، وفجأة صار الأمر جذابًا. أن أكتب مذكراتي، ويقرأ الناس ما أريدهم أن يقرؤونه... أعتقد أنهم – في بعض الأحيان – يعلمون ما أشعر به. هذا أمر طيب للغاية».

بالمثل يُشير دونالد إلى قرائه بأنهم «أناس يشبهوننا»:

«من أجل أن أكون قادرًا على الكتابة بدون أن أدخل في مجادلات عقيمة... لقد امتلكت الصحيفة التي حلمت بها: تلك التي تُتيح لي أن أكون متصلًا بالأشخاص الذين أعرفهم - الأصدقاء - وأن أمتلك مساحة تيسر لي التحاور معهم».

أما مَن لا يكونون متعاطفين فيفترض بهم ألا يرغبوا في إكمال القراءة. وعلى سبيل المثال، لاحظت فيليبا:

«أعتقد أن معظم القراء يكونون شديدي التهذيب، وإذا لم يروقهم ما أكتبه، فإنهم ينسبحون فحسب، فمن ذا الذي سيضيع وقته في الكتابة عن حديث لا يروقه... وما الطائل من وراء ذلك؟».

وبدورها تقول فرانسيس: «يبدو أن ثمة ميثاق أخلاقي غير مكتوب خاص بالتدوين والتعليق على تدوينات الآخرين، وإذا لم تكن تعلمه، فإنه يقرر - في المقام الأول... إذا ما كنت تعترض حقًّا بشدة على ما يكتبه شخص آخر، فعليك - حينئذ - بذكر ذلك في التعليقات، ولكن لا تكن وقحًا أبدًا، فإذا لم يروقك ما تقرؤه فاذهب حينها إلى المدونة التالية، ولكن لا تُضِع وقتك في إهانتي، إنني أعتقد أن هذا أشبه بأن تأتي إلى منزلي وتقول: «ألا تعلم أن ستائرك لعينة»، وحينها سأقول لك: اذهب إلى الجحيم إن لم تكن تحب أن تراها، أعتقد أن معظم من يقرؤون المدونات يعلمون ذلك؛ لذا لا أصادف سوى أقل القليل من التعليقات السلبية».

كرر عدد قليل من المدونين ما قالته إلين - فيما سبق - عن شعورها بأنه يبدو كما لو كان ليس لها أي قراء على الإطلاق، وإن اختلف عنها في قولهم إن هذا الإدراك قد تغير مع بدء تلقيهم تعليقات:

«بدأ الأمر بكتابة المذكرات... وسرعان ما اتخذ الأمر صورة - إنني أكتب مذكراتي ولكن الناس يقرءونها، وفي اللحظة التي تتلقى فيها تعليقات على ما تكتبه، فإن الأمر يُحدِث تحولًا بالفعل - بالنسبة لي على الأقل - في الطريقة التي أتعامل بها معها، ففجأة لم أعد أكتب لنفسي».

-كولين

«حين بدأت كنت أظن أنني أكتب لنفسي».

-إيزوبل

أدرك آخرون أنه لا بد وأن يكون ثمة من يقرأ لهم، ولكن بدا أنه يصعُب عليهم مصارحة أنفسهم بذلك.

«بدت فكرة أن ما تكتبه يمكن أن يُعثر عليه يومًا ما... إنك تبدو متصلًا بالإنترنت بأشكال مختلفة، ودائمًا ما تكون ثمة إمكانية لأن يكون هناك من يقرأ ما كتبته».

-جورج

«لن أسمح لنفسي بأن أفكر في خاطرة أن هناك آلاف الأشخاص الذين يقرأون مدونتي - يبدو لي التفكير على هذا النحو مُعبرًا عن

ثقة زائدة بالذات، فلماذا إذن يقرأون مدونتي على حين يمكنهم أن يذهبوا - بدلًا من ذلك - لمطالعة موقع بي. بي. سي. BBC الإخباري؟»

-إلين

إن هذا تكرار للنتائج التي خَلُصت إليها دراسة لينهارت عن المدونين. فمع أنها أكدت على أن المدونين يكتبون لجمهور ما على نحو متزامن، ويتفهمون ذلك» (2006، p. 102)، فقد كشفت أيضًا عن «أن المدونين أحيانًا ما ينسون - على وجه التحديد - مدى ما تتميز به مدوناتهم من عمومية فعلية». (2006, p. 138). يتناقض ذلك على نحو واضح مع المقابلات التي أجراها كيندال Kendall مع مُستخدمي خدمة لايف جورنال LiveJournal للتدوين، الذين «كانوا واعين باستخدامهم لخصائص التصنيف في هذه الخدمة للتحكم في ظهورهم أمام فئات مختلفة من الجمهور غير المتجانس. وعلى سبيل المثال، فقد حرص الكثيرون على الحفاظ على خصوصية حياتهم الشخصية والمهنية» (Kendall, 2007). قد يبدو هذا الأمر مُتعلقًا باختيار العينة، فمن لجأوا - بشكل كثيف - لاستخدام أدوات التصنيف على لايف جورنال لم يكونوا ضمن عينة هذا البحث، ولكنه قد يعكس أيضًا طبيعة تراكم انحراف العينة ككرة الثلج، فكان أفراد العينة عند كيندال، في الأغلب «مستخدمين فطنين»، وهم «لا يُمثلون - بحسب اعترافها - المستخدمين النمطيين للايف جورنال الذين قابلتهم في عام 2003، في وقت مبكر من تطور المدونات. وقد يكون المدونون الأكثر خبرة

- أو مستخدمو الإنترنت الأكثر خبرة بشكل عام - أكثر وعيًا بالجمهور المحتمل لما يكتبونه. وعلى سبيل المثال، لاحظت ليندا:

«كانوا [أصدقاؤها المتمرسون] أكثر وعيًا مني بأن الأشخاص الآخرين يمكنهم أن ينقروا فحسب [على صفحتها] ويطالعونها، إنني ما زلت لا أفهم كيف يعمل الإنترنت؛ لذا فقد كانت فكرتي أنه (حسنًا، إنني أكتب لكم أيها الرفاق؛ لذا لن يقرأ هذا أحد سواكم)».

كثيرًا ما كان تصور الفضاء الآمن الذي يُمكِّن أولئك الذين قابلتهم من الكتابة بحرية مصونًا في مواجهة الخبرات التي يتوقع أن تجابه هذا التصور. وعلى سبيل المثال، فقد كان كل من آني، وإلين، وجورج - على وجه الخصوص - واعيًا بأن ما يكتبه يمكن أن يُقرأ من قبل جمهور عريض، ولكن حين خضعوا للمقابلة قرروا أنهم قد تصرفوا كما لو كان جمهورهم محدودًا - أو حتى غير موجود. قالت آني - كما لاحظنا سابقًا - إنها كانت تتابع إحصائيات موقعها بشكل يومي، ونتيجة لذلك علمت أنها تستقبل نحو مئة زائر كل أسبوع - ثلثهم على الأقل من الزوار الجدد. وبرغم ذلك، فحين سُئلت عمن يكون في حسبانها حين تكتب، قالت: «عادة ما أكتب لأصدقائي، كما أكتب لنفسي». أنشأت إلين - كما لاحظنا سابقًا - مدونتها في بداية الأمر كي توضح لقراء المجلة كيف يُنشئون مدوناتهم فحسب، ولكنها قالت: «لم أتوقع أن يقرأ أحد ما أكتبه، كانت مجرد وسيلة إلى غاية» - وهو التوجه الذي ظل ملازمًا لها على الرغم من استخدامها لأدوات تتبع الزوار،

وحين أفادت - كذلك - هذه الأدوات أن عدد قرائها قد بلغ ما بين 250 إلى 1000 قارئ في الأسبوع. تعرض جورج للفصل من وظيفته لأسباب تتعلق بمدونته، ولكن لا يبدو أنه يُصدق أن الجهة التي كان يعمل بها قد ربطت بينه وبين مدونته:

«كانت حياتي عبر وسائل التواصل شديدة الانفصال - لحسن الحظ - عن حياتي العملية. أعتقد بالفعل أن إدارة العمل لم يكن لديها فرصة كبيرة للكشف عن هذا الجانب. المسار المتوقع (للربط) هو أن يكتب أحد العملاء اسمه على محرك البحث جوجل ثم تظهر أشياء تخصني. لا أعلم بالضبط كيف حدث ذلك».

كانت هذه مجرد أمثلة قليلة من الحالات الأكثر تطرفًا لما يبدو أنه نمط متسق من البيانات المستقاة من المقابلات الشخصية. فسواء كان المدونون يرغبون في أن يقرأ الغرباء ما يكتبونه، أو يُريدون أن تكون القراءة مقصورة على الأصدقاء والعائلة، أو أن يكون جمهور القراء خليطًا من هذا وذاك، فقد تصوروا أن قراءهم - بشكل عام - داعمون لهم، وممثلون للفئة التي كانوا يستهدفونها عند الكتابة. لاحظ جورج أنه بالنسبة لكتاباته السابقة (في مجلة للهواة عن الموسيقى)، أن «القراء قد اعتادوا على الإعجاب بكتاباتي والإطراء عليها»، وقال: «إنه قد بدا أن معظم القراء كانوا من المعجبين بمدونته أيضًا. وتقترح هاريت أن جمهورها كان «من الأشخاص الذين ينتمون إلى منظومتي القيمية نفسها»، فيما تحدث دونالد عن استخدامه للإنترنت بوصفه

وسيلة للعثور على «أشخاص يشبهوننا». وفي المقابل، يبدو أن هؤلاء المدونين قد افترضوا أن الأشخاص الذين لن يروقهم ما يكتبونه لن يمروا بمدوناتهم أو يتكلفوا عناء قراءة ما يكتبونه. وعلى حد قول آني: «لن أذهب لإضاعة وقتي في قراءة مدونة لا تروقني - لذا فإذا لم تكن تروقهم مدونتي، فلن يكونوا مضطرين لإضاعة وقتهم في قراءة محتوياتها»، وهي تقول ذلك برغم أنها قد أغلقت - في وقت لاحق - مدونتها بعد تعرضها لاختراق الخصوصية.

علاوة على ذلك، ثمة أدلة على أنه إذا ما تغير الجمهور، فإن تصور الجمهور يتغير كي يتوافق معه. قرر تشارلز - في البداية - أنه قد استخدم مدونته لمشاركة منشورات سياسية، ثم استخدمها لكي ينقل أخبارًا عن حياته ومشاعره وهو بالخارج إلى أصدقائه ومعارفه. وحين عاد إلى موطنه، تغير مقصد المدونة مرة أخرى، وصارت أقل اتسامًا بالسمة الشخصية. وبحسب عباراته، قال تشارلز:

«شعرت أن ما كنت أبثه من أمريكا كان صادقًا للغاية عن حالاتي العاطفية بدون أي شكل من أشكال التنقيح - باستثناء - ما تقوم به عادة حين ترسل رسالة عبر البريد الإلكتروني إلى مجموعة من الأصدقاء لم تر بعضهم منذ زمن بعيد. لم أكن أبوح بأسراري ولكني كنت أتحلى بالصدق. في حين أعتقد أنني حين كنت أقوم بنشر محتوى ذي طبيعة سياسية أو أكثر عمومية، فإنني كنت أقوم فحسب بشكل من أشكال (إليكم هذا الموضوع أو ذاك) - حيث كان الموضوع أكثر عمومية إن كنت تدرك ما أقصده».

يُشير تشارلز هنا إلى الحاجة إلى وجود مستويات من الإفصاح تُلائم الجمهور المستهدف من التواصل، ولكن يبدو أن السياق المتغير يكون – في هذه الحالة – ذاتيًا، فمع تغير دوافعه للكتابة، تتغير أيضًا الصورة التي يتخيلها عن جمهوره.

كانت التفسيرات المتكررة على ألسنة من قُوبلوا لهذه الوجهات المختلفة من النظر عن الجمهور المحتمل وعن الحسابات التي يُرجح أن يتابع أصحابها مدوناتهم وعن أسباب اختلافهم مختلفة – نظرًا لأن الجمهور المستهدف لهذه المواقع مختلف – بل وكثيرًا ما تكون هذه الوجهات من النظر متعارضة. وعلى سبيل المثال، يقول جورج: «لا يظهر المدوّنون كثيرًا على جوجل... وبشكل عام، فإنه موقع قائم بذاته». وقالت هاريت في إحدى لحظات المقابلة إنها شعرت أنه ما من أحد يقرأ لها. ومع ذلك، وحين أخذت تشرح – بالقرب من نهاية المقابلة – كيف كانت ترى مدونتها كأداة محتملة للرقي بالذات: «لأن جوجل يمتلك الآن مجال بلوجسبوت blogspot.com الذي يُشجع المدونين على الانضمام إليه... وبالتالي صار من اليسير على القُراء أن يجدوك». وبعبارة أخرى، من المحتمل أن هاريت قد ظنت أن جوجل يُساعد المرء على أن يكون مُتاحًا عند البحث عنه؛ لأنها أرادت أن يعثر عليها القراء، على حين افترض جورج – الذي لم يُرِد أن يعثر عليه أحد – أن جوجل ينزع إلى تجنب المدونين.

إن الأمر المهم الذي تجدر ملاحظته هنا ليس ما إذا كان هؤلاء المدونين على صواب أم خطأ بشأن اهتمام جوجل بالمدونين – وفي

واقع الأمر تمثل تفضيلات البحث عبر جوجل سرًّا تجاريًا مؤمنًا على نحو مُحكم - كما أنها تتغير عبر الزمن؛ لذا يصعُب أن تكون واثقًا من معرفتك بها - ولكن المهم هو أن كل مُدون بدا كما لو أنه بفسر إن كان على المسار الأكثر ملاءمة لرؤيته السائدة عن الفضاء التواصلي.

افتراض القارئ المُتعاطف وتبعاته

على الرغم من أن أغلبية المدونين الذين قابَلْتُهم نظروا إلى تدوينهم بوصفه وسيلة للبقاء في حالة تواصل مع آخرين معلومين، قد يكون اتجاههم المحتمل تجاه ما كُتب معلومًا وقابلًا للتعديل، إلا أنه بدا أن مجموعات كبيرة كانت ترغب في التواصل على نحو واسع مع الغرباء وليس الأصدقاء أو أفراد العائلة، كما كان هناك - وهذا ما يثير الاهتمام - من بدا أن لديهم فكرة مجردة للغاية عن جمهور من حيث المبدأ، أو حتى تصور عدم وجود الجمهور على الإطلاق.

بدا أن 5 من أصل 23 مدونًا قُوبلوا يستخدمون ما وصفوه في مدوناتهم الشخصية بوسيلة للشعور على نحو أفضل تجاه قضايا ومشاعر موجودة في حياتهم - كصورة مما وصفته هاريت بـ «العلاج» therapy، وبدلًا من استخدام المدونة لحصد التعليقات أو للتأمل الذاتي عبر الكتابة، كان الاستخدام السائد لديهم ذو غرض تطهيري purgative. أي إن المدونين يتمكنون عبر كتابة أفكارهم أو مشاعرهم - لاسيما تلك التي تبعث على الضيق - من ترك هذه المشاعر السلبية وراءهم. يبدو أن مَن مارسوا هذه «الممارسة شبه العلاجية» قد شعروا

أنه كان ناجعًا بوصفه مُسكنًا لآلامهم أكثر من كونه علاجًا لما يكدر صفوهم. وهذا ما يصفه جورج بقوله: «إذا ما أثار أحدهم ضيقي أو سُخطي، فإنني عادة ما أتخلص من هذا الشعور إذا ما كتبت عنه».

وبقدر ما بدا أن المدونين الذين قُوبلوا في هذه الدراسة يمارسون ممارسات شبه علاجية، فإنهم لم يبدوا - بشكل عام - باحثين عن استجابات القارئ لما يكتبون، سواء كقاضٍ/معترف أو كمُفسر. قال البعض إنهم كانوا ينشدون النصح - ربما لتبرير حقيقة أنهم كانوا يستخدمون وسيلة تواصل - ولكن بدا بشكل عام أنهم كانوا يميلون إلى إهمال هذا النصح ما لم يكن موافقًا لهواهم، كما يبدو من عبارة هاريت:

«ومع ذلك يتعين عليك أن تظل مُخلصًا لقناعاتك وتتبع حدسك. إن مجرد البوح بما يعتمل في صدرك للآخرين لا يعني أن تقوم بما يقولونه. إنني لست مدينة بالفضل لمن يُعلّقون على ما أكتب».

وعلى أي حال، كانت التعليقات على صفحات المدونين الذين قُوبلوا موجزة وسطحية - وهو ما يتفق مع نتائج دراسة كمية سابقة (Mishne & Glance, 2006) - لذا يبدو أن المدونين لن يستفيدوا منها الكثير على الأرجح.

تبدو هذه الصورة من الممارسات «شبه العلاجية» للتدوين الأكثر إثارة للجدل، من ناحية التبعات بالنسبة لمن تبنوها. لا ريب في أن ثمة إرثًا طويلًا من الروايات لأناس من مختلف المشارب قد لجأوا إلى كتابة المذكرات الشخصية، والتي قد يذكرون فيها أمورًا قد تسبب

الأذى لهم أو لآخرين إذا ما نُشرت على الملأ، ولكن نظرًا لأن هذا الشكل من الكتابة يتضمن - بطبيعته - مشاركة المعلومات الاجتماعية الأكثر حساسية، فإنه يُعرِّض ممارسيه إلى قدر أكبر من المخاطر من غيره من أشكال التدوين الشخصي.

ومع ذلك، وإذا كانت الكتابة في حد ذاتها تمثل عملية شبه علاجية، فلم لا نكتب فقط على مذكرات ورقية، أو نحتفظ بما نكتبه على ملفات الحاسب دون نشره؟ يبدو أن ثمة إجابة يقترحها جورج:

«لسنوات، حاولت الاكتفاء بكتابة ما أريد كتابته على ملفاتي الشخصية - مجرد ملف وورد Word - ولكن دائمًا ما كانت هذه التجربة تفتقر إلى شيء ما... خمنت أن ذلك ربما يكون بسبب عدم وجود شيء ملموس - كانت مجرد كلمات على شاشة الحاسوب... بينما يبدو أنك تحقق شيئًا حين تكتب مدونة... إنك تكون متصلًا بالإنترنت، ودائمًا ما تكون ثمة إمكانية لأن يكون هناك من يقرأ لك».

نشير هذه الاستجابة إلى أن احتمال وجود قراء في حالة الكتابة للذات - كما في فكرة احتمال أن يقرأ المذكرات الورقية قارئ مجهول من أبناء نسل الكاتب - هو ما يمنح هذه الممارسة معنى، ويمنعها من أن تصير مجرد ترف.

ويبدو أن ثمة طائفة أخرى من المدونين يكتبون بشكل إبداعي، وعلى هذا الأساس يهتمون بالسؤال عن رد فعل القارئ، أو يفترضوا أنه إيجابي، كما فعل الكُتّاب لقرون طويلة.[7] وإذا ما أولى هؤلاء المدونون رد فعل

الجمهور اهتمامًا فائقًا، فيبدو أنهم سيشعرون أن ذلك سيُكبل قدرتهم على الإبداع. كما أشاروا أحيانًا إلى قاعدة متفق عليها بشأن الصراحة والمصداقية، وهو ما سوف أعود لمناقشته في الفصل السادس.

الخلاصة

يبدو أنه من خلال التجاهل المُتعمَد أو غض الطرف عن احتمال أن ما يكتبونه سيكون مُتاحًا للقراءة من قِبَل جمهور لا يستهدفونه، قد يسعى مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي للاحتفاظ بصورة ذهنية عن تحفظ معلوماتي أو تخاطبي، بتعبيرات جوفمان (1971ب) - للمزيد عن هذه النظرية انظر الفصل الثالث. كما يبدو أيضًا أن المدونين الذين قابلتهم يفترضون أن من يقرأون لهم سيكونون - بشكل عام - متعاطفين مع ما يكتبونه ومهتمين بما يودون الحديث عنه، حتى وإن لم يكن لديهم تصور واضح عن طبيعة هؤلاء القراء - وهو الافتراض الذي يمكنهم من تحقيق رغبة الكشف عن جوانب من شخصياتهم يصعب عليهم التعبير عنها وجهًا لوجه.

ووفقًا لما سوف يُناقش في الفصل السادس، ثمة طائفة متنوعة من «أنماط التحيز التنفيذي» (Feenberg, 2008, p. 10) - ويعني تشجيع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على رؤية أدوات هذه الوسائل بوصفها ملائمة لأهداف محددة. ويؤكد البرهان الوارد في هذا الفصل أن هذه التصورات عما يجب أن تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من أجله قد يدعم التصورات الانتقائية للمستخدمين عن مقاصد استخدام هذه الوسال والذين يستخدمونها.

الفصل الخامس:

الزمن والذاكرة في وسائل التواصل الاجتماعي

وفقًا لما قمت بإيجازه في القسم الوارد بعنوان «طومسون: الوسائط والزمكان» في الفصل الثالث، فقد استحوَذَت الأساليب التي يمكن بها للرسائل غير المباشرة أن تصمد عبر الزمن وتبعات ذلك على قدر أقل من الانتباه من الطريقة التي تُمكّن بها الوسائط مثل هذه الرسائل من الحركة عبر المكان. وهذا أمر ذو أهمية خاصة – بحسب ما يلاحظ ماير – شونبرجر (Mayer–Schönberger (2009؛ لأن صياغة الرسائل على نحو ملائم لمخاطبة جمهور مستقبلي قد تكون أمرًا أكثر صعوبة – من بعض الأوجه – من مخاطبة جمهور توزيعه الجغرافي مشتت. ومع أنه يمكنك أن تطور بعض الفهم عن الجمهور الحالي في أي مكان، فإن المستقبل يكون مجهولًا.

توجد ثلاثة أساليب رئيسة التي قد يؤدي النظر في الرسالة من خلالها خارج سياقها الزمني الأصلي إلى صعوبات تفاعلية. أولًا: إن السلوك الذي كان طبيعيًا في مرحلة ما من مراحل حياة المرء يُمكن

أن يصير مثيرًا للجدل حين يعاود الظهور مع الفرد نفسه في مرحلة أخرى من حياته. والمثال النمطي على ذلك هو أن الآباء لا يريدون أن يعرف أبناؤهم الطلاب شيئًا عن سلوكهم المتكاسل تجاه الواجبات المنزلية عندما كان هؤلاء الآباء طلاّبًا. ثانيًا: وفي سياق متصل، يُمكن لما قام به الفرد في الماضي من جرائم أو سوء سلوك ونُسي أو أُعفي عنه لمضي زمن طويل على حدوثه أن يتسبب في استهجان متجدد إذا ما عاودت مثل هذه الأخطاء الظهور على شبكات التواصل الاجتماعي. ثالثًا وأخيرًا: وبحسب التلميح الوارد في الفصل الثاني، يُمكن أيضًا للمعايير الاجتماعية الأكثر عمومية أن تتغير مع مرور الزمن، فكما أننا قد نرفض اليوم التحيز الأعمى - العنصري والجنساني - الذي ساد في الأجيال السابقة، فإنه يُحتمل أن تجد الأجيال القادمة حين تنظر خلفًا إلى منشوراتنا على وسائل التواصل الاجتماعي، من منظور والجنساني أصابه بالغ الضرر من التغير المناخي؛ أن استخدامنا للسفر عبر الطيران لمسافات بعيدة لقضاء الإجازات أمر مزعج.

سأقوم - في هذا الفصل - أولًا بتقديم عرض موجز للطريقة التي قد يختلف بها عمل «ذاكرة» الإنترنت، عن عمل ذاكرة البشر. وفي القسم التالي سأحلل عمل أربعة من وسائل التواصل الاجتماعي لبيان تنوع الأساليب الخاصة بـ «التذكر»، واسترجاع المعلومات مع إلقاء الضوء على الأمور ذات الاهتمام المشترك. وبحسب ما ذكرناه في الفصل الرابع، تختلف وسائل التواصل الاجتماعي على نحو واسع من حيث أسلوب «التحيز» في الاستخدام (Feenberg, 2008). سأُركز

بعد ذلك على التدوين بشكل أكثر تفصيلًا - وهي إحدى ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي من حيث «قوة الذاكرة» (بسبب الاستخدام المكثف والواسع النطاق لها). سأقدم كذلك عرضًا موجزًا لسجال الأكاديميين الذين درسوا المدونات حول التصور الذي يكون لدى المدونين عن «التلقي الثانوي» لمنشوراتهم (انظر الفصل الثالث)، وعما يعتقدونه بشأن ما يريده المدونون من مثل هذا التلقي الثانوي. وأخيرًا، سأُقدم عرضًا موجزًا للعلاقة المُعقدة والمتعارضة التي يبدو أنها تربط بين المدونين الذين درستُهم والطريقة التي يمكن بها تذكُر ما يكتبونه بشكل رقمي. وأناقش التضمينات المحتملة لذلك على دراسة استخدام الوسائل الأخرى للتواصل الاجتماعي. وأؤكد - في أثناء ذلك - على أهمية تحديد ما يمكن للذاكرة الرقمية - من حيث المبدأ - أن تسمح بتذكره (أعني ما حُفظ)، وكيفية تشكيل تقلبات السلطة، وخدمات تيسير الاستخدام، والمشروعية... إلخ؛ لممارسات التذكر الرقمي، ثم كيفية تشكيل الدوافع المختلفة ومستويات المعرفة الرقمية والوعي بهذه الممارسات والاتجاهات نحوها (خاصة في القسم الأخير من هذا الفصل).

ذاكرة وسائل التواصل الاجتماعي

ينزع الباحثون والصحفيون وبعض عامة الناس إلى النظر إلى «الذاكرة» الرقمية بوصفها مكتملة الوظائف على حين يُنسَب القصور إلى ذاكرتنا (Kessler, 2013; Mayer-Schonberger, 2009)، ولكن لكل

نظام استدعاء من هذين النظامين - بحسب ما سوف أوضح - أوجه القوة ومواطن الضعف الخاصة به. ونظرًا لأننا نكون واعين - بقدر ما - بمواطن الضعف العملية التي تتميز بها ذاكرة الإنترنت، فإنني أذهب إلى أننا ننزع إلى تصور أن ما نكتبه يكون آمنًا من ناحية القدرة التامة واللامحدودة على الاستدعاء، تمامًا كما نتصور أن معظم تفاعلاتنا اليومية مع الآخرين ستذهب تدريجيًا في غياهب النسيان. وفي حين أن هذا التقريب العملي قد يكون صحيحًا في معظم المواقف، فإن فهمًا أفضل لتفاصيل طريقة عمل ذاكرة الإنترنت قد تُساعد المستخدمين في تجنب مشكلات التواصل.

يصف ماير-شونبرجر (2009) ثلاث خصائص رئيسة للتذكر الرقمي وهي: سهولة الوصول accessibility، (ويعني بها القدرة على مشاركة البيانات مع آخرين خارج سياقها الأصلي). والاستمرارية durability. الشمولية comprehensiveness (ويعني بها المقدار المُتاح حاليًّا من بيانات المرء في صورة رقمية، وهو ما يعني أنه «متاح للاستدعاء»).[1] وفي كل حالة، يتعين علينا أن نُميز بين ما هو محتمل من حيث المبدأ، وكيفية عمل التذكر الرقمي حاليًا. سوف أُضيف إلى هذه الخصائص الثلاثة اثنتين أخريين للتذكر الرقمي وهما أنه مُتفاوت ومتطور.

سهولة الوصول

لا ريب في أن السهولة التي يمكن بها أن يتم تداول المحتوى متى استُدعي قد ازدادت على نحو بالغ بفضل التقنية الرقمية. ومع ذلك،

فثمة قيود تمنع إتاحة الاطلاع بشكل كامل. وفي حالة وسائل التواصل الاجتماعي تحديدًا، يُخزن قدر كبير من المحتوى في أنظمة متشعبة من الخدمات (Wu, 2010)، والتي لا يكون محتواها - بالضرورة - مُتاحًا لمحركات البحث، وبالتالي يصعُب الوصول إليه ونشره. قد تمتلك صفحات شخصية على فيسبوك، ولينكد إن، وماتش دوت كوم match.com، ولكن لن يتمكن بحث منفرد باستخدام محرك بحث تقليدي من العثور على نتائج بحث لكلمات مفتاحية محددة والتوليف بينها عبر مختلف أشكال ظهورك على وسائل التواصل الاجتماعي.

الاستمرارية

إننا لا نُجانب الصواب حين نقول - بالنسبة للاستمرارية - إن ثمة أساليبَ كثيرة صار من الممكن من خلالها تخزين المعلومات - وهو ما يتم روتينيًّا الآن، والتي كانت ستُحذف في حقبة ما قبل العصر الرقمي. ومع ذلك، فإنه يمكن الكميات الهائلة من البيانات بالقدر نفسه من السهولة التي يُمكن بها جمعها؛ إذ تعمل جميع المؤسسات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي - تقريبًا - بأسلوب تجاري لا يجمع ولا يحتفظ سوى بالمعلومات التي لها قيمة بالنسبة للمؤسسة. إن الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمحتوى الذي تشاركه مع الآخرين عن نفسك بوصفك مُستهلكًا أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والعلاقات التي تقيمها مع الآخرين قد تكون ذات قيمة تجارية كبيرة في عالم اليوم. ومع

ذلك، من المهم أن نلاحظ أنه يبدو أن المحتوى الناتج عن مجرد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس له أهمية تجارية أصيلة في حد ذاته، وأنه يبدو أن من يقومون بتخزين مثل هذا المحتوى لا يشعرون بتأنيب ضمير بشأن هذه المعلومات حين يكون ذلك ملائمًا لهم. يُلاحظ مات شفارتس Matt Schwartz أن «جيوسيتيز Geocities -الذي يحتل المركز الثالث ضمن قائمة المواقع الأكثر مرورًا على الشبكة العنكبوتية- قد فقد 38 مليون صفحة أُعدَّت منزليًّا من قِبَل المستخدمين، حين قرر المالك، ياهو Yahoo، إغلاق الموقع في عام 2009 بدلًا من الاستمرار في تحمل تكلفة استضافة هذا العدد من الصفحات» (2012). ونتيجة لذلك، كشفت إحدى الدراسات عن أن 27% من محتوى وسائل التواصل الاجتماعي الذي كان مُتاحًا في يونيو 2009 قد فُقد بشكل كامل في مارس 2012، إضافة إلى 14% أخرى صارت غير متاحة سوى عبر سجلات حفظ الإنترنت Archives لـ (SalahEldeen & Nelson, 2012). فيما كشفت دراسة أخرى شملت 300 موقع مدرجة في مشروع السجل المفتوح للمواقع Open Director Project على /http://www.dmoz.org، عن أنه إذا ما اختفى غدًا موقع معروف من هذه القائمة (تتكون من الصفحات واسعة الانتشار)، فإنه لا يُمكن للمرء أن يتوقع استعادة سوى 61% من مصادره باستخدام سجلات حفظ الإنترنت (McCown, Diawara & Nelson, 2007).

تتباين قدرة الذاكرة البشرية على الحفظ بحسب الأهمية المُتَصَوَّرَة لتلك الذاكرة في إطار الأحداث الجارية (ضمن عوامل

أخرى) (Schacter, 2003). وبالمثل، لا تكون جميع مُدخلات وسائل التواصل الاجتماعي متكافئة من حيث القدرة على الاستدعاء الرقمي. لا عجب في أنه يبدو أن المواقع الأكثر شعبية (بالنظر إلى عدد الروابط التي تربط هذه المواقع بغيرها من المواقع على سبيل المثال) تكون ذات احتمالية أعلى للحفظ في سجلات الإنترنت (McCown et al., 2007).

وبحسب ما لاحظناه سابقًا، فإن الكثير من مُحركات البحث لا يكون متاحًا لها الدخول إلى محتوى خدمات وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي تعتمد قدرة الذاكرة لدى هذه الخدمات بشكل كامل على قدرات وتفضيلات تلك الخدمات الفردية. وعلى سبيل المثال، وبحسب ما سوف نناقش لاحقًا، قد لا تستطيع الاطلاع على تغريدة ترجع إلى عام 2006 إلا إذا قمت بدفع مقابل لهذه الخدمة إلى أحد شركاء تويتر من مُقدمي خدمات البحث.

وإذا ما وجدَت إدارة فيسبوك نفسها على شفير الإفلاس، فإنه ليس ثمة ما يضمن أن تُحفظ هذه التريليونات من البايتات من المحتويات - ومعظمها غير مُدوَّن في أي مكان آخر. ومن ناحية أخرى، يبدو أن البعض قد لاحظ أن المحتوى الذي يختار المستخدمون حذفه، هو بالتحديد ما يكون أكثر أهمية بالنسبة لغيرهم، مما جعلهم يسعون للحفاظ عليه. حلل باحثون التغريدات المحذوفة (Almuhimedi, Wilson, Liu, Sadeh & Acquisti, 2013)، وتحديثات فيسبوك المحذوفة (Das & Kramer, 2013)، وكوسيلة لبيان مدى عدم خصوصية المستخدمين، قام دين تيري Dean Terry بإنشاء

موقع للجمهور http://undetweetable.com/ ليقوم بحفظ التغريدات المحذوفة من قِبَل أصحابها وإتاحتها للعموم. اعترضت إدارة تويتر لاحقًا، وعلى الرغم من أنه قد أُوقف عن إضافة المزيد، فإن قدرًا لا بأس به من التغريدات الأقدم ما يزال متاحًا (Hughes, 2011)، فيما يستمر موقع http://politwoops.sunlightfoundation.com/ في حفظ التغريدات المحذوفة لرجال السياسة بمباركة تويتر.

الشمولية

مما لا شك في أن الشمولية ومستوى التذكر الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي، وفي المجتمع الحديث عمومًا، هائلة ومتنامية على نحو واضح، وهو الموضوع الذي سنعود إليه في الفصل السادس. وعلى الرغم من أن ذلك قد يكون خطيرًا - من بعض الجوانب - فإنه المسؤول بشكل غير مباشر أيضًا عن الأسلوب الذي يعتمد عليه الكثيرون - بشكل ضمني - لحماية معلوماتهم الشخصية - «السلامة عبر الغموض» security through obscurity.

إذا كان اسمك منتشرًا - على سبيل المثال - فإنك قد تجد صعوبة في أن تعثر على صفحتك من خلال البحث في الشبكة العنكبوتية، وبالتالي تفترض أن الأشخاص غير المرغوب فيهم قد يجدوا - بالمثل - صعوبة كبيرة في العثور عليك. قد يؤدي مستوى منخفض من «الوعي بعمل محركات البحث» بين عموم الناس إلى التسبب في هذا النمط من سوء الفهم، فقد كشفت إحدى الدراسات - على سبيل المثال - عن أن نسبة تتراوح ما بين 20–35% من جميع عمليات البحث عبر محركات

البحث كانت عبارة عن كلمة واحدة فقط (Jansen & Spink, 2006). وبشكل عام، أحيانًا ما يعتقد مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي - وفق ما كشفت عنه مقابلاتي مع المدونين - أن هناك الكثير جدًّا من المواقع الشخصية والصفحات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث لا يُمكن أن يصل إلى صفحاتهم سوى مَن يعرفونهم جيدًا أو مَن علموا بالموقع منهم شخصيًا.

يعني المستوى الهائل لما يُمكن أن يقدمه بحث ما نظرًا للشمول الذي تتميز به الذاكرة الرقمية - بشكل متزايد - أننا حين نقوم بعملية بحث نكون تحت رحمة الخوارزميات المُصمَّمَة لمساعدتنا عبر وضع أولويات لعرض النتائج أو - في بعض الحالات - تصفية (فلترة) المعلومات بشكل كامل. من المفهوم جيدًا أن البشر لديهم نزوع واضح للضغط - فقط - على عدد قليل من النتائج التي تأتي في مقدمة قوائم نتائج البحث (Granka, Joachims & Gay, 2004)، حتى حين يمكن أن يكون ثمة الكثير من النتائج المتوافقة المُحتملة - إن ترتيب الإجابات عبر محركات البحث قد يُعد صورة من «التحيز التنفيذي» في استدعاء المعلومات (Feenberg, 2008). بالمثل، فإن خوارزم فيسبوك «آخر الأخبار» top stories يتحكم - على نحو تلقائي - في أي منشورات الأصدقاء ستُعرض، ويستبعد بشكل كامل تلك التي تكون غير مهمة على نحو كافٍ.

التفاوت

يُخفق معظم عموم المستخدمين - إلى حد كبير - فيما يتعلق بكل ما يُستدعى، وبأي قدر من السهولة يمكن للتذكر الرقمي أن يتباين

على نحو كبير بين الأشخاص والمؤسسات المختلفة. الأمر المهم هو أن هذا التباين لا يكون ناتجًا - في المقام الأول - عن تباين عشوائي في القدرات كما هو الحال في حالة الذاكرة البشرية، ولكنه يُمكن أن يرتبط بعاملين رئيسين: الاختلافات في درجة الدافعية للبحث عن أدوات التذكر الرقمية وإتقانها، والاختلافات في إتاحة بيانات وسائل التواصل الاجتماعي للأطراف المميزة.

وفي إطار التفاعل اليومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يبدو أن القراء وأصحاب المنشورات يركزون على «التلقي الأولي» - قُراء المحتوى عند تلقي إشعار به أو كما يُعرض أمامهم حين يزورون الموقع أو التطبيق الملائم. وفي الظروف الطبيعية، لن يبحث المستخدمون في فترات زمنية سابقة ليجدوا شيئًا كانوا قد كتبوه أو كتبه غيرهم في وقت سابق، على الرغم من أنهم قد يقرأون أشياء كُتبت في الماضي إذا ما أُعيد تداولها في الحاضر.[2] ونتيجة لذلك، قد لا يكون لديهم الدافعية للبحث عن استخدامات أدوات البحث عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو تعلُّم استخدامها بفعالية (لاسيما تلك الأدوات التي لا تتوافر ضمن الإعدادات الأصلية لوسائل التواصل الاجتماعي، ولكن تلك التي يُقدمها طرف ثالث).

وبرغم ذلك، وبالنظر إلى السياق، يُمكن النظر إلى منشورات وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط بوصفها شكلًا من أشكال الحوارات العابرة أو التعبير عن المشاعر (Miller, 2008)، ولكن بوصفها شيئًا أكثر

قيمة - كأن تكون دليلًا على طبيعة الشخصية أو الجدارة الائتمانية. ومتى صار المحتوى الذي ينتمي للماضي أكثر قيمة، يصير الأمر جديرًا بإنفاق الوقت اللازم لاستدعاء هذا المحتوى بفعالية. أحيانًا ما تستثير مواقف الحياة اليومية هذه الرغبة في استدعاء المحتوى الماضي - مثلما يحدث حين يصير أحد طرفي علاقة عاطفية في ريبة من الطرف الآخر (Muise, Christofides & Desmarais, 2009). ثمة أيضًا عدد من المتخصصين الذين يكون همهم اليومي هو استدعاء هذه الأدلة من وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كانت مرتبطة بأفراد محددين (كما في حالة المُحققين الخاصين أو مديري إدارات الموارد البشرية على سبيل المثال)، أو كانت مرتبطة بالأفراد بوصفهم أعضاء في جماعة مُحددة مُستهدَفة (كما في حالة شركات التأمين والوكالات الحكومية). لا يملُك هؤلاء الحافز لتعلم كيفية استخدام الأدوات المتاحة في وسائل التواصل الاجتماعي (من حيث المبدأ) فحسب، بل هم قادرون كذلك وراغبون في دفع المال لمقدمي الخدمات المدفوعة للبحث في وسائل التواصل الاجتماعي مثل: /http://www.discovertext.com، أو الحصول على العضوية «المُميزة» للانتفاع من السمات الإضافية التي تُتيحها المواقع المجانية مثل /http://topsy.com.

علاوة على ذلك، ثمة مستوى ثالث، أعمق من مستويات الاطلاع على بيانات وسائل التواصل الاجتماعي، والذي لا يُشترى، ولكنه رغم ذلك مُتاح للفاعلين المتميزين. أوضح الأمثلة على ذلك، هو أن الشركات التي تستضيف المحتوى الخاص بالمستخدمين على وسائل

التواصل الاجتماعي عادة ما تحتفظ بهذه البيانات بدون تمييز، ويُمكن بدورها أن تقوم بالبحث في هذه البيانات لنفسها. وفي بعض الحالات - بالطبع - يمكن أن تختار الشركات وموظفوها تقليص قدرتها على القيام بعمليات البحث من هذا النوع أو أن تكون مجبرة - بشكل قانوني - على هذا الإجراء. ومع ذلك، فإن الشركات التي تُقدم خدمات التواصل الاجتماعي، ليست هي الوحيدة التي تتمتع بمستوى متميز من الاطلاع على بيانات وسائل التواصل الاجتماعي. ووفقًا لما سوف نُناقشه في الفصل السادس، ثمة عدد من الأطراف الأخرى المجهولة القادرة على الاطلاع - سرًّا - على بيانات محجوبة عن معظم مُستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي - وهم في المقام الأول المُعلنون، وأرباب الأعمال، والآباء، وجهات إنفاذ القانون.

يُمكن للمعلنين الذين يتعاملون مع وسائل التواصل الاجتماعي أن يستهدفوا - بشكل عام - مستخدميهم باستخدام طائفة متنوعة من المعايير، ليس فقط بالنظر إلى المعايير الخاصة بالتوزيع الجغرافي والمُدرَجَة ضمن رؤية الشركة (سواء كانت مُعلَنَة أو خاصة)، ولكن أيضًا وفقًا للاهتمامات التي يُعبرون عنها صراحة، أو يُمكن الاستدلال عليها من منشوراتهم - في الماضي والحاضر. إننا نتحدث عن الكم الكبير من المعلومات عن المستخدمين الذي تقدمه الشركات المُقدمة لخدمات التواصل الاجتماعي عادة بوصفه الميزة الرئيسة التي يُلجأ إليها لجذب المعلنين. عادة ما تكون هذه المعلومات «مُجَهَلَة» (فلا يعلم المُعلن على وجه التحديد أي الأفراد يستهدف)، وبرغم ذلك يمكن لهذا الاستهداف

أن يكون (أو يبدو) دقيقًا للغاية. ففي وقت مبكر من الترويج عبر استهداف مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ساعدت إدارة فيسبوك في عام 2005 شركة إنترسكوب ريكوردز Interscope Records في العثور على رؤوساء روابط المُشجعين بالجامعات، ومن ورد في صفحاتهم الشخصية ذِكر «رئاسة رابطة المشجعين» (Kirkpatrick, 2010, p. 141). ويبدو أنه عبر استخدام الرابط https://www.facebook.com/advertising، يُمكنني الآن أن أوجه رسالة (على سبيل المثال) إلى الآباء والأمهات الذين يبلغون من العمر 42 سنة ويتحدثون الإسبانية ويعولون أسرهم بمفردهم (في ظل غياب العائل الآخر)، ويعيشون في دائرة نصف قطرها 10 أميال من مدينة بانجور ولاية ميتشغان، ويعولون أطفالًا في عمر يتراوح ما بين 13–15 سنة، ويهتمون بالتعليم العالي، ويصفون آراءهم السياسية بالليبرالية.

يُمكن أيضًا لأصحاب الأعمال أن يتمتعوا بميزة الاطلاع على ما كتبه ويكتبه موظفوهم، ليس عبر مميزات خاصة تُتيحها خدمات التواصل الاجتماعي، ولكن عبر مراقبة تتم على نحو أكثر مباشرة لما يقوم به الموظف حين يقضي وقته على حواسيب العمل. تتباين مشروعية مثل هذه المراقبة من بلد لآخر، ولكن في المملكة المتحدة - على سبيل المثال - يُمكن لأصحاب الأعمال - بشكل عام - جمع طائفة واسعة من البيانات عن استخدام موظفيهم لوسائل التواصل الاجتماعي - على سبيل المثال، ما دام هؤلاء على دراية بأن مثل هذا الأمر يُمكن أن يحدث (Information Commissioner’s Office, 2011; Tokc–Wilde, 2011).

بالمثل، يتمتع أولياء الأمور - في معظم البلاد - بحق مراقبة ما يفعله أبناؤهم من تواصل عبر الإنترنت، وكثيرًا ما يفعلون ذلك (d. boyd, 2014; Clark, 2013).

أما مدى الاطلاع الذي تتمتع به جهات إنفاذ القانون في شتى بقاع العالم، على الحجم الهائل من البيانات الذي تحتفظ به شركات التواصل الاجتماعي، وعلى المدى الزمني الذي تحتفظ به هذه الشركات بهذه البيانات؛ فهو أمر يصعُب تقديره، ويتباين من دولة لأخرى بالنظر إلى كل من القواعد الرسمية، وفيما يبدو أيضًا - إلى رغبات وقدرات الأجهزة السرية للاستخبارات والتي تتزايد قوتها مثل الوكالة الأمريكية للأمن القومي NSA، ووكالة الاستخبارات البريطانية للاتصالات GCHQ، اللتين وجهت إليهما اتهامات جمع المعلومات عن عشرات الآلاف من مُستخدمي فيسبوك (Ullyot, 2013)، وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي من دون الخضوع لتدقيق قانوني ذي فعالية. بينما تكون القيود في الأنظمة الشمولية أقل حدة. ففي الصين، يتعين على مُقدمي خدمات الإنترنت أن يُقدموا للسلطات سجلًا بالبيانات المحفوظة لما قبل تاريخ طلبها بـ 60 يومًا (Dong, 2012)، ومع استمرار التقدم في مجال القدرة على تخزين البيانات، فإن ثمة مخاوف من ظهور «قاعدة بيانات هائلة تُمثل ما يرقى إلى أن يكون آلة زمن الاستخبارات، التي تُمكن أجهزة الأمن من التنصت على الأفراد في الشهور والسنوات السابقة باعتبارهم أهدافًا للمراقبة» (Villasenor, 2011).

التطور

لم يطرأ على القُدرات الأساسية للذاكرة البشرية تغيير كبير، ولكن الأدوات التي نستخدمها لمساعدتنا في التذكر نمت على نحو مُعقد. ومع الزيادة المُستمرة في قدرات الحواسيب وتركيز العلماء على الاستفادة القصوى من «الكم الهائل من البيانات» الذي صار مُتاحًا الآن بفضل الاستخدام الواسع الانتشار لتقنيات الحواسيب، ربما ستصير مهام «التذكر» التي كانت مستحيلة أمرًا معتادًا في غضون السنوات القليلة القادمة. وبالعودة إلى حالة ذكرناها في مُقدمة هذا الكتاب، كتب مجموعة من الأفراد في عام 1986 رسائل على المجموعة الإخبارية USENET ‘net.motss’ عن أمور خاصة بالمثليين جنسيًّا، وتم ذلك - بشكل عام - بأسمائهم الحقيقية (في ذلك الوقت كان من الصعب من الناحية التقنية ومن غير المُتعارَف عليه ضمن المعايير الاجتماعية أن تختار عنوانًا مجهولًا لبريدك الإلكتروني). ربما كانوا واعين بأن رسائلهم قد تُحفظ وتصبح قابلة للبحث عنها، ولكن لا ريب في أنهم لم يستطيعوا الاحتياط لذلك، وبفضل نمو الشبكة العنكبوتية، والزيادة الكبيرة في القُدرة على التخزين والمعالجة، فإن كل شيء قاموا بنشره منذ عام 1986 وحتى يومنا هذا قد صار «مُتاحًا للتذكر» الرقمي على الرابط https://groups.google.com/forum/!forum/net.motss.

حين بدأ استخدام الشبكة العنكبوتية، لم يكن من المتاح تصفحها سوى عبر قوائم من الروابط أُعدَّت يدويًا إلى أن ظهرت محركات البحث

دائمة التحديث، القادرة على العثور على المواقع باستخدام كلمات مفتاحية. وحتى هذه العملية كانت ذات استخدام محدود بسبب قصور قدرة الحواسيب على تصنيف نتائج البحث وفق أولويات، حتى أعلن جوجل عن إدخال تحسينات تقنية. ومع ذلك، يعتمد الاستدعاء الحالي «لذاكرة» الحاسوب - بشكل عام - على كتابة المُستخدم لعدد قليل من الكلمات المفتاحية، وتُستكمل باقي معلومات البحث من خلال قدر محدود من المعلومات السياقية عن موقع الباحث واهتماماته السابقة.

وعلى الرغم من ذلك، فإننا قد نعثر - بمرور الزمن - على أساليب أكثر فعالية لصياغة مُدخلات البحث ومُخرجاته. مثال ذلك التحول الذي طرأ باتجاه الحصول على «ذاكرة» بصرية أفضل. فحتى وقت قريب، لم يكن من الممكن العثور على صورة لشخص ما إلا إذا أعطى الشخص الذي التقطها اسمه بشكل صريح. والآن، يُمكن العثور - باستخدام فيسبوك أو جوجل بلس على سبيل المثال - على صورة التُقطت لك منذ سنوات، من قِبَلك أو من قِبَل أصدقائك، أو عبر عمل الخوارزميات بفضل برمجيات إدراك الوجوه. والاتجاه المُتنامي حاليًّا، هو أن موقع التقاط الصورة يُعرف تلقائيًا من قِبَل أجهزة الجوال الذكية التي التقطت الصورة، وتُحمَّل هذه المعلومة جنبًا إلى جنب الصورة نفسها. ومع تطور أساليب إدراك الوجوه، يمكن تتبع المعلومات الخاصة بأماكن التقاط الصور بأثر رجعي أيضًا. وإذا كانت مقاطع الفيديو التي نقوم اليوم بتحميلها غير مصنفة أو غير قابلة للبحث بشكل عام، فإن التقنية اللازمة؛ لذلك هي موضع بحث الآن (انظر على سبيل

المثال: /http://research.microsoft.com/enus/projects/mavis)، ووفقًا لما سوف نعرضه في الفصل السادس، فإن النمو المُطرَد لأجهزة جمع المعلومات الأصغر حجمًا والأقل سعرًا والأكثر ملاءمة سيقوم في المُستقبل بتوثيق رقمي لأقسام أكبر من العالم، وربما يُلقي الضوء - في أثناء ذلك - على نحو غير مباشر على أجزاء أكبر من ماضينا.

إن ما يبدو غير قابل للتذكر الرقمي لن يصير قابلًا للتذكر في المستقبل عبر التحسينات التقنية وحدها؛ فالأعراف والقواعد الاجتماعية الحاكمة لما نبحث عنه وكيف، قد تتغير أيضًا. من المحتمل بالطبع أن نكون أكثر حذرًا في المستقبل بشأن أسباب وكيفية البحث فيما كتبه الآخرون عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الماضي، ولكن تقترح الأدلة التي ظهرت - حتى الآن - أن ثمة اتجاه نحو المزيد من الانفتاح بحسب ما سوف نرى في الفصل السادس بفعل طائفة متنوعة من الدوافع التجارية. قد يجعل ذلك من العيش في المستقبل الغارق حتى أذنيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أكثر راحة بالنسبة للبعض، ولكن ماذا عن أولئك الذين يودون المحافظة على المعايير السابقة لحماية الخصوصية والحرية؟

وسائل التواصل الاجتماعي والتلقي الأولي والثانوي

عرضت فيما سبق لبعض الاتجاهات العامة فيما يتعلق بصنع الذاكرة الرقمية واستخدامها، ولكن من المُهم أن نضع في اعتبارنا أن

وسائل التواصل الاجتماعي (التقنيات الرقمية بشكل عام) قد تشترك في بعض أوجه الشبه، ولكن تُنفَّذ بأساليب مختلفة، وهو ما يمكن أن يؤثر في سهولة التلقي الثانوي للرسائل ومداه. أقوم في هذا القسم بفحص علاقة أربعة وسائل مختلفة للتواصل الاجتماعي بالتلقي الثانوي وحفظ البيانات، فلدينا من جهة موقع Snapchat، والذي صُمِّم لتقليص التلقي الثانوي، ثم تويتر، ففيسبوك، ثم تمبلر، الذي يقف عند نهاية الطرف الآخر، ويُتيح - مثل غيره من خدمات التدوين - فترة مُمتدة من التلقي الثانوي.

العوامل الرئيسة التي سيتم تقييمها هي المُدة الزمنية التي يظل فيها أي منشور مُتاحًا على كل موقع من هذه المواقع، ودرجة عمومية مثل هذه المنشورات، ومن ثم، قابليتها للحفظ والبحث عنها من خلال مواقع أخرى - وهما وجهان من «أوجه التحيز التأسيسية» لهذه الخدمات، ومن هذه العوامل أيضًا سهولة تصفح المنشورات الأقدم والبحث عنها - وهو ما يُمكن أن نضعه تحت لافتة «التحيز التنفيذي» (Feenberg, 2008).

سنابشات Snapchat

يبدو أن هذه الخدمة قد صُمِّمت لمشاركة الصور - تحديدًا - لتلافي مُشكلات التلقي الثانوي، وقصور التحكم بالتداول مما تعاني منه وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. ينصب المقصد الرئيس من استعمال سنابشات على تمكين مُستخدمي أجهزة الجوال الذكية من

تبادل الصور التي لا يُمكن رؤيتها - وفق الإعدادات الأصلية - سوى لثوانٍ قليلة (بحد أقصى 10 ثوان) مع الأصدقاء. يكون باستطاعة المُتلقين حفظ هذه الصور إن أرادوا ذلك، ولكن إذا اختاروا القيام بذلك من خلال تطبيق سنابشات فإن المُرسِل الأصلي للصور يتلقى إشعارًا بذلك. وفي اللحظة التي يرى فيها المُتلَقي الأخير الصورة، تُحذف من سيرفر الشركة أيضًا3. وعلى الرغم من أن الصور تنتقل عبر الإنترنت (ونتيجة لذلك يُحتمل - من الناحية التقنية - أن تُعترض)، فإنها لا تظهر أبدًا على الشبكة العنكبوتية، وبالتالي لا يُمكن لمحركات البحث تصنيفها.

سرعان ما اكتسبت هذه الخدمة سمعة في مجال إتاحة المشاركة التي تنطوي على مخاطرة، والتي يمكن أن تكون وفي وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مثيرة للمشكلات - وكانت السمعة الأسوأ تتصل بالصور الجنسية (Bilton, 2012). وعلاوة على ذلك، وبمجرد أن شاع استخدام هذا التطبيق، ظهرت أساليب للتحايل على هذه القيود على تداول الصور (Ludwig, 2013)، وبدورها ألقت هذه الوسائل الضوء على قضية أكثر عمومية، وهي أنه بغض النظر عن القيود الرسمية الموضوعية على تداول النص من قِبَل وسائل التواصل الاجتماعي، فإن طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي بالاعتماد الكثيف على البيئات الرقمية يجعل من استخدام القيود على النسخ وإعادة التداول أمرًا مثيرًا للجدل. إن أية وسيلة تُستخدم للتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي - تقريبًا - هي وسيلة قابلة للبرمجة ومتعددة الوظائف، سواء كانت

هذه الوسيلة جهاز حاسوب أو كانت مثل معظم الأجهزة الجوالة؛ إنها حواسيب مُتعددة الوظائف متنكرة في هيئة أجهزة أخرى. يُمكن لهذه الأجهزة أن تأخذ نصوصًا (أو صورًا أو مقاطع فيديو) استُقبلت في سياق ما، وتُعيد تداولها بأساليب أخرى. والمفارقة هو أنه كلما بدت منطقة ما تنتمي «لكواليس المسرح»، بدا في ذلك للبعض مزيدٌ من الإغواء الدافع لمحاولة اختراق الخصوصية. لا تقتصر مثل هذه الاختراقات على التداول الأوسع المحدود بين الأصدقاء، ولكن قد ينتهي بها الحال إلى أن تصير مُتاحة للجميع، وفي سياقات مختلفة كلية، كما في حالة بعض المواقع من قبيل /http://snapchatleaked.com.

تويتر

على الرغم من أن تويتر - على خلاف سنابشات - لا يقوم بحذف التغريدات القديمة، إلا أن الطريقة التي تُقدم بها الخدمة تُركز على التلقي الأولي، عبر العرض المستمر لما كُتب توًّا. يبدأ هذا التركيز من خلال الإطار المُعطى للتغريدات الجديدة - حيث يُدعى المستخدم للإجابة عن السؤال «ما آخر الأخبار؟»، وعلى حين أن ثمة أساليب مختلفة عديدة يُمكن من خلالها لخيارات التطبيقات المختلفة أن تُحقق سمات تويتر، عادة ما تعرض الواجهة الأصلية الظاهرة على الموقع التغريدات التي كتبها مَن تتابعهم بترتيب زمني معكوس، وكذلك تُعرض نتائج البحث أيضًا، على الرغم من أن إدارة الموقع لا تزال

تقوم بتجريب خيارات مختلفة للجمع بين المحادثات المتباعدة زمنيًّا على نحو بصري.

ويصعُب تقدير الزمن الذي تظل فيه التغريدات متاحة بالنسبة للباحثين ناهيك عن المستخدمين. إحدى الإجابات ذات الدلالة عن هذا السؤال هي «إلى ما لا نهاية» - إذ يزعم تويتر أنه يحتفظ بجميع التغريدات، ويمنح إمكانية البحث في كامل سجلات حفظ التغريدات العامة لمؤسسات تمثل طرفًا ثالثًا يقوم بتحصيل رسوم من عملائه مقابل إتاحة الاطلاع على هذه المعلومات، ويقوم تويتر بمنح صلاحية استخدام سجل الحفظ نفسه لمكتبة الكونجرس الأمريكي (على الرغم من أن الباحثين لا يُمكنهم الاطلاع عبر هذا الطريق على تغريدات كُتبت في غضون الستة أشهر الأخيرة). ثمة العديد من أدوات البحث المجانية الإضافية للبحث في محتوى تويتر تتيحها أطراف ثالثة (/http://snapbird.org، و/http://socialmention.com، و /http://topsy.com، وغيرها)، ولكن - وبحسب إشارتنا في الفصل الرابع - يبدو من المستبعد أن يكون مستخدمو تويتر من غير المحترفين واعين بوجود مثل هذه الأدوات أو يستخدمونها بانتظام. وبالتالي، يتميز تويتر على نحو واضح بما لاحظناه سابقًا عن التفاوت في إمكانيات الذاكرة.

وبالنسبة لمعظم المستخدمين فإن المدى الزمني لإتاحة التغريدات ضمن البحث في الشبكة العنكبوتية باستخدام الأدوات المجانية للبحث التي يوفرها تويتر نفسه وجوجل هو الأكثر أهمية، حيث يمتد نطاق

البحث أو الاستعراض بالنسبة لمستخدمي تويتر ليشمل آخر 320 تغريدة فقط، ولا يُظهر البحث الاعتيادي سوى نتائج تعود إلى العشرة أيام السابقة، وذلك وفقًا لـ http://snapbird.org. من غير الواضح المدى الذي تقوم به محركات البحث مثل جوجل وغيره من محركات البحث المجانية بتصنيف التغريدات، ولا يبدو أن جوجل يصنف كل تغريدة عامة، ولكن لا ريب في أنه يمكن أن يقوم بذلك، سواء الآن أو بداية من لحظة ما في المستقبل، وبحسب إشارة تويتر، فإنه متى نُشرت تغريدة ما وصُنِّفت، فليس ثمة ما يضمن أنها ستُحذف في الحال (أو في أي وقت) من قِبَل طرف ثالث، حتى إذا ما قام صاحب التغريدة بحذفها من بياناته المرئية على حساب تويتر (Twitter, n.d.–b).[4] ومن الناحية العملية، فإن المستخدمين الذين لا يتتبعون محتوى تويتر بشكل احترافي نادرًا ما يقابلون – سواء عبر البحث أو التصفح – تغريدات يعود تاريخها إلى ما هو أبعد من بضعة أيام سابقة، إلا أن ذلك لا يعدو كونه نتيجة منطقية للطريقة التي يعرض بها تويتر نتائج البحث، والمدى الذي يبدو أن جوجل يذهب إليه في تصنيف محتوى هذه الخدمة، ولا يُمثل تأملًا فيما قد تصل إليه إمكانيات البحث في تويتر في المستقبل.

فيسبوك

يُمكن تقسيم محتويات فيسبوك إلى عناصر «ثابتة» نسبيًا هي الملف التعريفي بالمستخدم ويشمل صورة وتفاصيل شخصية من قبيل

الحالة الاجتماعية، وعناصر أقل ثباتًا مثل جديد المستخدم. كانت أولوية الموقع بالتركيز على التلقي الأولي هي الغالبة في معظم الأحيان في بداياته، حين كان ممكنًا استعراض المنشورات الأقدم للمستخدم. ومع ذلك، تزايدت - تدريجيًا - فُرص التلقي الثانوي للمعلومات الشخصية المنشورة عبر فيسبوك. كان التغير الأول هو إدخال خاصية آخر التحديثات news feeds في سبتمبر 2006، ويُضاف إلى ذلك - على وجه الخصوص - ظهور خاصية تَلَقي إشعارات بالتغييرات التي تحدث في معلومات الملف الشخصي. ومن الآن فصاعدًا، افتراضيًا على الأقل، فعندما يقوم المستخدمون بتغيير معلومات الملف الشخصي - تغيير الحالة الاجتماعية أو الانتماء السياسي على سبيل المثال - فهذا التغيير سيُسجَّل، ويصير - في حد ذاته - تحديثًا يُنشر بشكل آني، وفق الإعدادات الأصلية على الأقل.

وبفضل تغيير لاحق جرى في مارس 2012، أُضيفت مثل هذه التحديثات أيضًا ضمن «تسلسل زمني» Timeline أوضح وأيسر من ناحية التصفح. وقبل هذا التعديل، كان عليك إذا أردت معرفة ما قاله أو فعله أحد الأصدقاء في الماضي أن تتصفح منشوراته وأنشطته بشكل عكسي من الأحدث إلى الأقدم، إلا أن هذا الأسلوب لم يكن ملائمًا للبحث في فترات طويلة بالنسبة للأشخاص الذين يستخدمون فيسبوك بانتظام. تؤكد دراسة (Harper, Whitworth & Page, 2012) يبدو أنها قد أُجريت قبل إدخال خاصية «التسلسل الزمني»، عبر كلٍّ

من تحليل واجهات الاستخدام نفسِه وعبر المقابلات شبه المُهيكَلَة semistructured مع 12 مستخدمًا. خلُصت الدراسة إلى أن المُستخدم:

«يُركز - بطريقة طبيعية - على خلق محتوى جديد بدلًا من إعادة صياغة المحتوى القديم؛ وهو ما يُشجع النظام عليه (رغم أن المستخدمين يكونون راغبين - بالطبع - في ذلك ومُنساقين نحوه). وعلى الرغم من أن بعض تعليقاتهم واستجاباتهم لإشعارات «فيم تُفكر؟» قد تُلمح إلى أحداث ماضية - منشورات الآخرين على وجه الخصوص - إلا أن محور الحديث يكون هو الحاضر».

(المرجع السابق، p. 12)

ومع ذلك، تسمح الخاصية الجديدة «للتسلسل الزمني» بسهولة استعراض الأحداث «الرئيسة» (وفق تعريف فيسبوك، على الرغم من إمكانية تعديلها من قِبَل كل مُستخدم)، التي ترجع إلى شهور أو سنوات مضت. يمتد «التسلسل الزمني» إلى الوراء أيضًا في وقت انضمام العضو إلى فيسبوك، مع إضافة تواريخ الأحداث الرئيسة مثل تاريخ التخرج أو الالتحاق بالعمل، متى أدخل العضو هذه البيانات. تُلاحظ فان دايك Van Dijck أن ذلك يحُث الأعضاء على «نشر صورهم فيما قبل الانضمام إلى فيسبوك - صور الطفولة، والصور العائلية، وصور المدرسة والأصدقاء القدامى وسنوات الجامعة، وصور الزفاف وشهر العسل - وبالتالي يكتب المحتوى صورة قصة للسيرة الذاتية» (2013, p. 55).

وفي حين يُتيح فيسبوك - على نحو مُتزايد - التلقي الثانوي لمحتويات مُستخدميه أثناء استعراض صفحاتهم، عبر أسلوبين على الأقل، فإنه يظل مُركِّزًا على التلقي الأولي. فأولًا: لا يُصنف أغلب ما ينشره الأعضاء (أي شيء غير منشور بشكل كامل العمومية)، من قِبَل محركات البحث، وبالتالي لا يكون متاحًا للتداول المستمر والحفظ خارج نطاق فيسبوك. وثانيًا: لا يبدو أن محرك البحث الداخلي الخاص بفيسبوك (خضع للإصلاح في عام 2013) يستهدف أن يكون أداة بحث متكاملة قادرة على العثور على النصوص بشكل عشوائي في الماضي أو الحاضر، سواء كان قد كُتبت من قِبَل مستخدم فرد أو بمشاركة أكثر من مستخدم. وخلافًا لذلك، يبدو أن «بحث الأشكال البيانية» قد صُمم من أجل إتاحة أشكال محددة من الاستفسارات «المُهيكلة» - البحث عن أصدقاء أو أشخاص أو أحداث في منطقة محددة، على سبيل المثال. يُمكن للباحث هنا أن يبحث عن كلمات محددة كتبها أصدقاؤه أو كتبها أي عضو يمتلك حسابًا عامًا، إلا أن هذه الطريقة لا تكون الأفضل بالنسبة لعمليات البحث الأكثر تعقيدًا أو التي لا تدعم هذا النوع من عمليات البحث. لا شك في أنه كما غيَّر فيسبوك واجهة المستخدم من أجل تيسير استعراض أحداث الماضي عبر «التسلسل الزمني» للمستخدمين، فمن المحتمل أن يستحدث في المستقبل ما ييسر أيضًا من عملية البحث.

تمبلر

بينما تقوم الخدمات الأخرى لوسائل التواصل الاجتماعي بوضع بيانات المستخدم في قوالب بصرية جامدة، يمكن عرض مدونات

تمبلر ضمن طائفة متنوعة من الأساليب التي تعتمد على «الموضوع» الذي اختار المدونون أن يضعوا محتوياتهم في إطاره. ورغم أن مدونات تمبلر مثل فيسبوك تتضمن - بشكل عام - بعض العناصر الثابتة، إلا أن المحتوى ذا الأولوية (يوضع عادة في مركز الصفحة) هو المنشورات التي توضع وفق ترتيب زمني معكوس. تُحفظ هذه المنشورات - بشكل آلي - وفق التاريخ أو الوسم، للرجوع إليها لاحقًا، على الرغم من أن الوضوح النسبي لسجلات الحفظ من هذا القبيل تتباين بالنظر إلى الموضوع. ونتيجة لذلك، تُعرَف جميع هذه المنشورات - بشكل عام - من خلال صفحتها، ولكنها غير قابلة للتصنيف الفردي من خلال محركات البحث (إلا إذا كانت قد أُعدَّت من البداية لتكون «خاصة»).

إن مدونات تمبلر مثل غيرها من المدونات المتاحة على المواقع المختلفة من أكثر أشكال وسائل التواصل الاجتماعية من ناحية «الذاكرة النشطة». ونتيجة لذلك، نالت الجوانب المؤقتة من ممارسات التدوين قدرًا أكبر من الاهتمام الأكاديمي الذي وُجِّه إلى الجوانب المؤقتة للممارسات الأخرى من وسائل التواصل الاجتماعي. يتناول الجزء التالي أدلة مستمدة من دراسات وسجلات سابقة بشأن الدور الذي يلعبه الزمن في ممارسة التدوين.

التدوين والزمن: سجالات بين الباحثين

تنجم عن مناقشة العلاقة بين المدونين والزمن ثلاثة موضوعات رئيسة هي: الأهمية (محل الخلاف) التي تنسب سجلات حفظ

المدونات بالنسبة إلى المدونين والقراء، ودلالة إيقاع التدوين بالنسبة لإدراك محتواه، وتغيُر ممارسات التدوين لدى الفرد عبر الزمن.

ذكر كيلوران Killoran – في دراسته للمدونات – أنه على الرغم مما لاحظناه سابقًا عن الثبات التقني لمحتويات المدونة عبر الزمن، فإنه لا توجد دلالة اجتماعية كبيرة لهذه السمة:

«إن محتويات المدونات، مثلها مثل موضوعات الصحف، تتعرض – على نحو طبيعي – للتقادُم، وبالتالي تتميز بالإشارة إلى تاريخ الحدث، كما تتميز أيضًا بقِصَر العمر (التخزيني) shelf life. وعلى خلاف الثبات الذي يفترضه أصحاب المدونات، والذي يحتفظ بالماضي في صورة الصور القديمة، وأشجار الأنساب، والسير الذاتية، فإن الماضي في المدونات، والذي تمثله المنشورات الأقدم التي يدفعها كل منشور جديد إلى أسفل، ثم يكون مآلها إلى سجلات الحفظ، سرعان ما يطويه النسيان».

(Killoran, 2002)

يبدو أن سورابيور Sorapure يتفق مع النظر إلى المنشورات الأقدم بوصفها أقل أهمية: «وتُحال المنشورات القديمة إلى سجلات الحفظ» (Sorapure, 2003, p. 15). ومن ناحية أخرى، يفترض هيفيرن Hevern أن سجلات حفظ المدونات ذات أهمية محورية بالنسبة لممارسات التدوين: «يُسافر المدونون عبر المسارات المتصلة بالإنترنت عبر حياتهم... إنهم ينظرون إلى ما حدث لهم في الماضي وما يُحتمل أن

يحدث في المستقبل». (Hevern, 2004, p. 332) ، وتقترح فان دايك أن التدوين هو «مراجعة المرء لخبراته عبر الزمن، مما يسمح بتعديل ملحوظاته وتأملاته السابقة - حتى وإن كانت مخزّنة في الأرشيف - مع مرور الزمن وتطور الشخصية» (Van Dijck, 2004) . وفي فقرة لاحقة تؤكد فان دايك أيضًا على أهمية سجل الحفظ للمدونين:

«إن احتواء كل برنامج من برامج الحاسوب - تقريبًا - على سجل لمُدخلات مختارة ترجع إلى البدايات الأولى للمدونة هي ميزة تُشير إلى رغبة في بناء مستودع شخصي من الذكريات. وعلى الرغم من أن هذه الفرضية لم تخضع أبدًا للاختبار، فإنه ليس ثمة ما يدعو للدهشة في أن نجد أن المدونين - مثل المراهقين الذين يستخدمون الرسائل النصية SMS أو الهاتف الجوال - يُثمنون وظيفة خلق سجل للماضي بالقدر نفسه الذي يثمنون به الوظيفة التواصلية لمدوناتهم».

(Van Dijck, 2007, p. 72)

من المفهوم أن يكون ثمة تباين في الأهمية المتصوَرَة لسجلات حفظ المدونات؛ نظرًا لأن هؤلاء الباحثين قد استندوا في تحليلاتهم - بشكل شبه كامل - إلى التأويل النصي والتقني للمدونات، وليس استنادًا إلى مناقشة أصحاب المدونات.

لا يُمكن العثور سوى على القليل من المناقشة المنهجية لأهمية سجلات الحفظ في مقابلات المدونين أو في الدراسات الإثنوجرافية. ويلاحظ هودكينسون (Hodkinson, 2007, p. 638) ملحوظة عابرة عن

أن المحادثات الموجودة على صفحات لايف جورنال لمن قام بمقابلتهم كانت «ذات مدى زمني قصير»؛ لأن المنشورات التي كان يُعلَّق عليها كانت تتعرض «للوأد» بفعل المنشورات الأحدث (Hodkinson, 2007, p. 638). من ناحية أخرى، ذكر ريد Reed أن المدونين الذين شملتهم دراسته «ينظرون إلى المدونات بوصفها شكلًا من أشكال التأريخ؛ إنهم يكتبون منشوراتهم واضعين نُصب أعينهم التلقي المستقبلي لهذه المنشورات» (Reed, 2005, p. 231).

يرتبط أحد الجوانب الزمنية التي تظهر في بعض الدراسات بغموض مثير للاهتمام بشأن الإيقاع المُتصور لممارسة التدوين - سواء صُوِّر التفاعل عبر المدونة بوصفه شفهيًّا (تزامني وغير محفوظ)، أو بوصفه مكتوبًا، كما أشرنا في الفصل الرابع. وبقدر ما يبدو التدوين - في ذهن المدون - أشبه بالتواصل الشفهي، فإن ذلك يبدو مُتعارضًا مع تأكيد بعض الباحثين على أهمية سجلات الحفظ.

وفي دراسة عن المدونين باللغة الفارسية، يُلاحظ دوستدار Doostdar أن التدوين يستند إلى «ذخيرة غنية من أنماط الخطاب، وتشمل الكثير من الأنماط الشفهية الأولية... فقد يكون التدوين أقرب إلى الأسلوب الشفهي للتواصل من الأسلوب المكتوب» (Doostdar, 2004, pp. 20–21). بالمثل تعتقد مورتنسن Mortensen - في دراسة إثنوجرافية ذاتية - أن المدونة بالنسبة لها «وسط مُثير للالتباس» بسبب الطريقة التي يشهد بها كل من التواصل الشفهي والمكتوب:

«يكون الحوار سريعًا، ومباشرًا، ويأخذ صورة تبادل الأدوار بين طرفين، إنك تبدو بعيدًا... ولكن الرسالة تصل إلى وُجهتها... يبدو الأمر وكأنه يستدعي التواصل الشفهي المباشر ويَعِدُ به، ولكنه يسمح أيضًا بالمسافة والتأخير اللذين تتميز بهما الرسالة المكتوبة».

(Mortensen, 2004, p. 4)

تُلاحظ مورتنسن أن هذا التناقض لا يتسبب فقط في مواجهة الكاتب لصعوبات، ولكن يُمكن أن ينجم عنه أيضًا خلق فجوة بين الكاتب وقرائه إذا ما تعارضت تصورات كل منهم لممارسات التدوين. تستشهد مورتنسن بُحجج عامة قيلت بشأن منشورات مدونة دافيد واينر David Winer. اتُّهم واينر بتوجيه النقد للآخرين على مدونته، ثم حذف هذا النقد من سجلات الحفظ الخاصة بمدونته (Jogin, 2003). «توقع الأشخاص المتواصلون مع واينر أن يتلقوا منه إشعارات ذات رؤية بعيدة المدى في إطار من اللغة المكتوبة الرسمية. كان سلوك واينر انتهازيًّا واستخدم لغة دارجة غير رسمية» (Mortensen, 2004, p. 5).

ثمة موضوع أخير على قدر من الأهمية يرتبط بالزمن هو تغير تأطير ومقصد ممارسات التدوين عبر الزمن. لاحظت إحدى الدراسات التي أثارت هذه المسألة أن:

«ثمة أكثر من دافعية للتدوين، وتتغير هذه الدوافع على مدار حياة المدون... فدائمًا ما يُلحق بالدافعية الأولية دافعية إضافية كثيرًا

ما تكون من طبيعة مختلفة للاستمرار في التدوين مع اكتساب المزيد من المعرفة».

(Brady, 2006, p. 10)

ربما يكون ذلك مهمًّا لأن وجود سجلات الحفظ في المدونات يعني أن هذا التغير في إطار المدونة يكون مرئيًّا عبر الزمن. وبالتالي، فإنه ما لم يختار المدونون حذف أو تعديل سجلاتهم، فإن أي تعارضات في الطريقة التي يقوم بها المدون بتقديم نفسه عبر الزمن على مدونته تكون متاحة للقراء، الذين قد يقرأون محتويات المدونة عند أي نقطة عبر روابط متصلة بالمحتوى الموجود بسجلات الحفظ أو عبر محرك البحث. وتلاحظ مورتنسن أن المدونة «توجد في إطار سياق مُحدد، وتعيش في حوار مع جماعة محددة من الكتاب والقراء، ولا يكفي قراءة منشور واحد لفهمها». (Mortensen, 2004, p. 7). ومع ذلك، يُلاحظ هيمر Himmer: «أن إمكانية الاطلاع على المحتوى عند نقاط زمنية مختلفة، لا يكون حركيًّا فحسب، ولكنه يكون أيضًا خارج حدود أو سيطرة الكاتب الأصلي والنص الأصلي». (Himmer, 2004). تُقدم لنا إحدى المقابلات الشخصية التي أجراها ريد مثالًا على ما يُمكن أن يحدث حين يتغير تأطير المدونة:

«أخبرني بيتر أنه حين بدأ في التدوين لم يُرد أن يعلم أي من معارفه بوجود مدونته. والسبب في ذلك أنه كان يرغب في أن يكتب وصفًا كاملًا لأفكاره ومشاعره، ويشمل ذلك انطباعاته اليومية عن

الأشخاص المُحيطين به. وفي إحدى الليالي، كان بيتر ثملًا، وأخبر زوجته عن مدونته. وترتب عن هذه الحماقة أن شعر بالحاجة إلى العودة إلى سجلات الحفظ بالمدونة وتعديل قسم كبير من المحتويات القديمة، شملت أي شيء لم يكن يرغب في أن تقرأه زوجتُه».

(Reed, 2005, p. 232)

الأمر الجدير بالملاحظة هو أنه على الرغم من أن المذكرات الورقية، والصور، وتسجيلات الفيديو كثيرًا ما تُقدم عددًا من الإشارات البصرية أو الشفهية أو من النوعين كليهما مما يتصف بالرهافة، والتي تضع الحدث الماضي في سياقه، إلا أن محتويات المدونات قلما تُقدِّم مثل هذه الإشارات باستثناء إظهار التاريخ في الأعلى عادة. ومع أنه قد يسهل التعرف على عمر موقع تقليدي من خلال تصميمه القديم، فإن ما يحدث عند تحديث تصميم مدونة، هو أن تُحدَّث جميع المنشورات الأسبق عمومًا بأثر رجعي في إطار التصميم نفسه، وعلى الرغم من أنه يمكن - في بعض الحالات - الاطلاع على منشورات المدونة التي تُحفظ في سجلات الحفظ عبر روابط تنقلك مباشرة إلى هذه السجلات المصنفة وفقًا لتاريخ النشر، وبالتالي تضع ما قُرئ في سياق زمني، إلا أن المنشورات القديمة يمكن الوصول إليها أيضًا عبر محركات البحث أو عبر الروابط الدائمة، مما يُقلص من الإشارات السياقية لتصير في حدود الوقت الذي اطُّلِع على المنشور (وربما عرض منشور واحد من الماضي لأحد الأشخاص بوصفه مُعبرًا عن اتجاهاته الحالية أو سلوكه الآن إذا ما قُرىء بمعزل عن المنشورات اللاحقة).

التدوين والزمن: أدلة ميدانية

أُقدِّم في هذا القسم - بناءً على مقابلات شخصية أُجريت مع مدونين - خبرات تجريبية جديدة تختص - أولًا: بالطريقة التي تتغير بها ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي عبر الزمن، وثانيًا: باتجاهات من قُوبلوا نحو التلقي الثانوي لمنشوراتهم.

وفي حين أن بداية المدونة الشخصية ونهايتها يمكن أن تكون طبيعية، ويمكن أن تكون المدونة متمحورة حول جانب فردي من حياة المدون أو إحدى قضاياه الشخصية (كما في حالة المدونات التي تتحدث عن فترة الحمل أو عن رحلة ما)، كانت مدونات المدونين الذين قابلتهم غير منظمة، حتى حين بدأوا التدوين وفي أذهانهم موضوع مُحدد للمدونة. بدا أن المدونين قد بدؤوا - بشكل عام - بدون وجود حافز قوي أو هدف واضح، وأخذوا في الانتقال من موضوع لآخر بل ومن إطار لآخر، ولم ينتهوا إلى نتيجة ختامية - كثيرًا ما جاء ذلك مفاجئًا فيما يتعلق بالتغيرات التي طرأت على دوافع المؤلف عبر مسار حياته، أو - في بعض الأحيان - نتيجة لمخاوف أثارها تغيير تصورهم لقرائهم. ونتيجة لذلك، يمكن للمدونين أن يحتفظوا في سجلات الحفظ لديهم بممارسات تدوين مختلفة جنبًا إلى جنب مراحل الحياة المختلفة، مع التبعات المحتملة للاتساق المُتصور لتعريف المدون لذاته عبر الإنترنت.

وفي حين تسمح صفحات الإنترنت وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي - إلى حد كبير - للمستخدمين بالتحديث المستمر لما

كتبوه، وبالتالي فإنها توفر اتساقًا ذاتيًا لما هو مرغوب في اللحظة الحالية، فإن القيام بذلك ضمن محتويات المدونة سيكون أكثر صعوبة بوضوح بسبب الطريقة التي تعمل بها سجلات حفظ المدونة، على نحو ما سنناقشه لاحقًا.

طُلب من المدونين الذين خضعوا للمقابلات الشخصية التفكير في كيفية تغير ممارساتهم الخاصة بالتدوين مع تغير ظروفهم الحياتية، ومع نضج خبراتهم بالتدوين - المستمر والمُتقطع. وعلى الرغم من استناد ذلك إلى التقرير الذاتي، وبالتالي خضوعه لتباين القدرة على تذكر بيئاتهم التواصلية المُتخيلة عبر الإنترنت؛ فإنه كثيرًا ما كان ثمة تمييز بين أدلة الفترات المبكرة والمتأخرة ضمن البيانات التي كشفت عنها المقابلات. وإضافة إلى ذلك، وعقب المقابلات الشخصية الأولية، بدا أن ثمة تغيرًا قد حدث في الإطار الخاص بممارسات المدونين، والذي انعكس في تغيرات في المدونات، واستُقصيت أسباب تلك التغيرات الظاهرة عبر رسائل للمتابعة عبر البريد الإلكتروني أُرسلت إلى مجموعة مُختارة من المدونين الذين قُوبلوا.

وعلى حين قرر 12 من أصل 23 مدونًا خضعوا للمقابلة أن الغرض من مدوناتهم كان واضحًا منذ البداية، وصاحبهم ذلك الغرض - بقدر أو بآخر - طوال عُمر المدونة، أفاد باقي المدونين إما أنه لم يكن لديهم غرض واضح منذ البداية وأنهم اكتشفوا غرضًا آخر في هذه الأثناء،

أو قرروا أن الأمر قد تطور في اتجاهات لم يكونوا يتوقعونها. حدِّدت ثلاثة أسباب رئيسة للتغييرات التي طرأت على ممارسات التدوين عبر الزمن، وهي: التغيرات في تصورات المدونين عن علاقاتهم بقرائهم، والتغيرات في دافعية المدونين، والتغيرات في ظروفهم.

تغُير العلاقة بالقراء

إحدى الطرق الشائعة التي يُمكن أن تتغير بها ممارسات التدوين عبر الزمن هي التحول في تصور طبيعة العلاقة بين المدونين وقرائهم. فقد بدا أن أربعة من المدونين الذين قُوبلوا قد حولوا بؤرة اهتمام مدوناتهم إلى إدراك وجود الجمهور الذي لم يتوقعونه. فقد زعم كل من كولين، وإلين، وإيزوبل - في البداية - أنهم كانوا يتعاملون مع مدوناتهم كما لو أنه ما من أحد يقرأ ما يكتبونه. استطاع كولين أن يتذكر تغير ممارساته التدوينية مرتين استجابة للتحول في تصوراته عن القراء:

«بدأ الأمر مثل كتابة المذكرات. كانت في سياق «هذا ما فعلته»، وسرعان ما تحول إلى «إنني أكتب مذكراتي ولكنني أعلم أن هناك من يقرأها». وفي اللحظة التي تبدأ فيها في تلقي تعليقات على ما تكتب، فإن الأمر يتحول بالنسبة لك، أو قل إنه قد أحدث تحولًا بالنسبة لي في الطريقة التي أتعامل بها مع الأمر، فجأة لم أعُد أكتب لنفسي. إنني أكتب لأصدقائي. أعتقد أنني قد بدأت في خلال ستة أشهر تقريبًا

في رؤية أشخاص لا أعرفهم. كنت قد بدأت أكتب لجمهور، لقد حدث تحول في النموذج الفكري Paradigm أثناء تلك الفترة».

- كولين

اكتشف كولين بعد ذلك أن بعض رفاقه في العمل لديهم أيضًا حسابات على لايف جورنال، مما دفعه إلى أن يصير أكثر حذرًا بشأن التعليقات التي تتناول العمل. بالمثل، بدأت إيزوبل كتابة مدونتها بوصفها أقرب ما تكون مذكرات شخصية، ولكنها شعُرَت «بالضغوط عليها للكتابة للأشخاص الذين يقرأون كتاباتها بالفعل». تقول إيزوبل:

«حين بدأت التدوين كان الأمر أشبه ما يكون بكتابة مذكراتي لنفسي على الإنترنت. بعد ذلك، ومع تطور الأمر، ومع تزايد أعداد من يقرؤونها، أعتقد أنني قد بدأت الكتابة من أجلهم».

قالت إيلين إنها قد بدأت مدونتها بوصفها نشاطًا من أنشطة الكتابة الشخصية، وعلى الرغم من أنها سرعان ما اجتذبت قراءً، فقد استمرت في التعامل مع مدونتها كما لو كانت هي القارئ الوحيد لمدونتها، إلى أن حدث متغيران؛ ذهبت إيلين للعمل - عن بُعد - بإحدى الشركات، وتحدثت إلى مدون محترف شجعها على النظر إلى مدونتها بوصفها شيئًا يمكن تسويقه إلى عملاء محتملين. أما مدونة آني فقد كانت - وقت إجراء المقابلة معها - تحمل الطابع الحواري، وتضمنت محتوى (بالتحديد عن الإفراط في الشراب) أقرت بأنه قد يتسبب في إثارة قلق العائلة أو رب العمل. بعد مُضي عدة أشهر على المقابلة

الشخصية معها، حذفت آني جميع ما لديها من سجلات الحفظ، وبدأت في التدوين - بشكل حصري - عن عملها، ثم قامت بحذف المدونة بالكامل. وحين سُئلت عما حدث قالت:

«توقفت - في البداية - عن التدوين نظرًا لأن المدونة كانت تُستخدم ضدي، وكنت أتعرض (للتتبع الإلكتروني) من قِبل العديد من الأشخاص - كنت أعرض الكثير من المعلومات على الإنترنت. بعد ذلك فكرت في استخدام المدونة من أجل دعم حياتي المهنية، نظرًا لتحقيقي بعض النجاح في اجتذاب القراء؛ إلا أن هذا لم يُفلح؛ لذا أقلعت عن التفكير في الأمر بشكل كامل».

تغير الدوافع

ذكر المدونون الذين قُوبلوا أيضًا حدوث تغيرات في ممارساتها بسبب عدم تحقيق أهدافهم الأولية أو تحولهم نحو أهداف أخرى. اعترف تشارلز أنه قد بدأ مدونته بنشر الروابط السياسية، ولكنها تغيرت لتكتسب صبغة أكثر شخصية حين سافر للإقامة لفترة مؤقتة في الولايات المتحدة؛ لأنه شعر بالحاجة للتواصل مع معارفه في بلده، كما أراد أن يحتفظ بسجل زمني للأحداث التي يمر بها، وفي الفترة التي أعقبت المقابلة الشخصية معه، عادت مدونته إلى الطابع السياسي - في أغلب الأحيان - ولكن مع بعض المنشورات الشخصية المتقطعة. قال دونالد إنه قد استغرق وقتًا طويلًا حتى استطاع الكتابة عن الأخبار:

«كان الهدف الأساسي من المدونة هي تناول الأخبار. كان هذا مقصدي من البداية، ولكن بشكل تدريجي ثابت بدأت مساحة الأخبار تتقلص وتزايدت مساحة الآراء، على الرغم من استمرار ظهور الأخبار المثيرة».

ربما كان هذا التحول عن الطابع الإخباري رد فعل أيضًا لتقييمه الذاتي لموضوعاته الإخبارية بوصفها لا تنال تعليقات على خلاف فقرات الرأي: «لا يذهب القراء - عادة - إلى المدونات لقراءة عشرات الأبيات من الشعر الملحمي أو ما إلى ذلك، إنهم يذهبون إليها من أجل رؤية الصور التي تسجل لحظات من الحياة، وأعتقد أنني ربما كنت مخطئًا في رؤية الهدف من مدونتي في ذلك الوقت». ومع ذلك، فقد عاد دونالد بعد خضوعه للمقابلة الشخصية إلى نشر الأخبار القصيرة، ويتداخل معها - من وقت لآخر - التعليقات الشخصية. أما كوينتين فقد قال إنه قد بدأ مدونته معتقدًا أن بإمكانه بناء علاقة ما، وربما محاكاة نجاح المدونين الآخرين في جذب القراء، وبناء سمعة صحفية يمكن له الاستفادة منها. سرعان ما أدرك كوينتين أن جذب جمهور كبير من القراء يكفي لتحول المدونة إلى مصدر دخل أو لاجتذاب وسائل الإعلام لم يكن هدفًا واقعيًّا. وبناء على ذلك، عدل كوينتين من توقعاته. قال إنه لم يعد يسعى لاجتذاب جمهور «عريض»، وبدلًا من ذلك أصبح يتطلع لاجتذاب جمهور كبير بما يكفي للحصول على تغذية راجعة لابأس بها بشأن أفكاره وأسلوبه في الكتابة. وجه كوينتين خطابه إلى «نحو 15 صديقًا من المدونين»، وعدد كاف من

القراء الآخرين لضمان الحصول على «ما بين 5 إلى 10 تعليقات [للمنشور الواحد]، وهو غاية المراد بالنسبة له». ومع ذلك، فقد ترك التدوين تمامًا بعد إجرائه للمقابلة الشخصية.

بدأت فيليبا مدونتها برؤية عملية تربط التدوين بأهداف عملها الفني، ولكن «حين كنت أحاول أن أكون جادة تمامًا في بداية الأمر... سرعان ما بدأت صفة الرسمية في التواري، ربما حدث ذلك في خلال شهر واحد». كانت فيليبا تقتدي - جزئيًّا - بفنان آخر صادفت مدونته، وهو إيفان بوب (/http://www.ivanpope.com):

«تميزت مدونته بالانفتاح الكامل، كان ينشر ما يريد، ويقول هذا ما أفعله الآن، وهذا ما أفكر فيه، وهذه هي الأمور التي تزعجني كما كان يصف أي أمور أخرى. أحببت ذلك، أحببت شفافيته، وقلت لنفسي: حسنًا - لم لا؟ ماذا لدي لأخسره؟»

بدا أن فيليبا قد وجدت أن المنافع العملية الخالصة التي سعت لتحقيقها في أوّل الأمر - حفظ وترويج أعمالها الفنية - قد تراجعت لحساب متعة التواصل مع آخرين من شتى بقاع الأرض. وفي واقع الأمر، فإن أعمالها الفنية نادرًا ما ظهرت على حسابها على لايف جورنال LiveJournal حتى من قبل إجراء المقابلة الشخصية معها.

تغير الظروف

كشفت بيانات المقابلات الشخصية أيضًا عن أدلة على أن التغيرات في ظروف الحياة يمكن أن تؤدي إلى تغيرات في محتوى المدونة. يبدو

أن أي شيء يمكن أن يُمثل أساسًا لمنشور على المدونة الشخصية، وفي هذا السياق، تحدثت أربعة من المدونات بشكل ضمني أو صريح عن فترة الخِطبة - لاسيما غير المُرضِية، وكان ذلك محورًا لمدوناتهن، ولكن حين تغيرت طبيعة تلك العلاقات، نتج عن ذلك تحول كامل في منحى المدونة، أو التوقف تمامًا عن التدوين.

وعلى سبيل المثال، حين قُوبِلَت إيزوبل، كانت قد خُطِبَت لتوِّها، وكان واضحًا في سياق المقابلة أن هذه الواقعة كانت السبب في أن «تتجه حياتها نحو الاستقرار»، كما لاحظت إيزوبل في وقت مبكر من زمن المقابلة الشخصية أنها قد أصبحت تكتب المزيد على مدونتها مع بلوغها بدايات العشرينيات من العمر بسبب «ظهور المزيد من المنشورات الشخصية التي تتحدث عنها وعن خطيبها». قالت إيزوبل:

«سألت نفسي منذ أسبوعين أو شهر: هل هناك أي معنى - بالفعل - للاستمرار في التدوين، فقد بدا كل شيء مستقرًا الآن. لم يكن لدي أي أخبار جديدة تحمل إثارة أو تشويقًا لأن حياتي كانت هادئة تمامًا. فهل هناك أي معنى للاستمرار؟... كنت أرى أن المدونة في طريقها إلى الزوال، كانت مسألة وقت فحسب. لم أكن واثقة متى سيحدث ذلك، ولكنه سيحدث حتمًا في لحظة ما، ربما في العام القادم...(توقفت إيزوبل عن التدوين بعد فترة قصيرة من إجراء المقابلة الشخصية معها، ولكنها بدأت - بعد مرور عام - في كتابة مدونة جديدة بعنوان آخر ولكن مع تشابه المحتوى)».

كانت هاريت هي الوحيدة التي لها هدف معلن من التدوين ممن قُوبلوا؛ وهو إحباطها من الرجال. وعلى أي حال، لم يكن هذا هو الموضوع الوحيد الذي تتناوله المدونة، ولكن كان موضوع المدونة يتغير كلما فُسِخَت خطبتها من أحدهم؛ ليصير متوافقًا مع الوضع الجديد (على الرغم من أنها استأنفت لاحقًا الكتابة في المدونة الأصلية).

كذلك قالت فرانسيس أنها فكرت في التوقف عن التدوين في أثناء فترة من الخطبة السعيدة؛ لأنها شعُرَت بعدم الحاجة إلى الكتابة للتنفيس عن مخاوفها وإحباطاتها. لم تشعر أيضًا بالارتياح تجاه الحديث عن مقدار سعادتها؛ لأن الآخرين قد يستقبلون ذلك بشيء من الريبة)، والحديث - كذلك - عن المشكلات (لأن ردود أفعال الآخرين قد تجعل من إدراكها لهذه المشكلات مبالغًا فيه). تنبأت فرانسيس بذلك في المقابلة الشخصية التي أجريت معها:

«إنني أفترض أنه إذا ما حدث فجأة أن خُطبتُ أو تزوجتُ أو فزتُ بجائزة مالية كبيرة، وقررت السفر عبر العالم، فربما تتقلص مساحة التدوين في حياتي... لأنه لن يكون في حياتي - حينئذ - أشياء أو أحداث لأكتب عنها طالما كانت أمواج الحياة هادئة».

بدأت فيليبا في كتابة مدونة جديدة بعنوان جديد (وعلى منصة جديدة Blogger بدلًا من LiveJournal)؛ لأنها لم ترغب في أن يكون خطيبها قادرًا على قراءة ما تكتبه باستمرار.

كما كشفت الدراسات المسحية عن تضاءل النزوع للتدوين مع التقدم في العمر (Dutton & Blank, 2011, p. 27; USC Annenberg School Center for the Digital Future, 2013). ثمة العديد من التفسيرات المحتملة لذلك – أولًا: بقدر ما يكون التدوين محاولة للتواصل مع النظراء المُتَخيَلين، قد يؤدي الاستخدام المتدني للإنترنت من قبل كبار السن، إلى افتراض هذه الفئة من المستخدمين أن نظراءهم ليسوا قراءً محتملين. ثانيًا: ثمة اقتراح يفترض أن الأجيال التي نشأت على استخدام الإنترنت هم الأكثر شعورًا بالارتياح فيما يتعلق بالإفصاح عن البيانات الشخصية عبر صفحاتهم على الإنترنت (انظر الفصل الثاني). تقترح بيانات المقابلات الشخصية احتمالًا ثالثًا: وهو أن رغبة المرء في التحدث عن أخباره قد تكون مرتبطة بالمرحلة التي يعيشها (وأن الشباب في المراحل العملية الأصغر ومع تحررهم من الالتزامات الأسرية قد يجدوا وقت الفراغ اللازم لمثل هذه الأنشطة).

وعلى الرغم من أن هذا العامل لم يُذكر من قِبَل من قُوبلوا، فإنه يبدو من المعقول أن الممارسات الخاصة بالتدوين قد تتغير مع مرور الزمن مع تغير السمات الخاصة بالتقنية. وعلى سبيل المثال، لاحظت بيتي أنها قد ظنَّت أن وضع العديد من الصور في منشور واحد على المدونة ينطوي على وقاحة؛ لأن ذلك قد يجعل تحميل الصفحة أبطأ، ولكنها أفادت أن ذلك قد يتغير في ظل تزايد انتشار الإنترنت فائق السرعة. وفي واقع الأمر، فإنه مع تزايد انتشار الهواتف الجوالة الذكية المتصلة بالإنترنت فائق السرعة، أخذ السياق المادي للكثير

من أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي في التغير أيضًا، من كونه نشاطًا غير متحرك مرتكز على استخدام الحاسوب بشكل أساسي إلى نشاط متحرك.

تلخيصًا لما سبق، فقد بدا أن الكثير من المدونين ممن قُوبلوا قد غيروا من ممارساتهم التدوينية عبر الزمن بسبب التغيرات التي حدثت في الأسلوب الذي يرون به جمهورهم، وبسبب التغيرات في دوافع التدوين، وبسبب التغيرات في الظروف المحيطة، وربما بسبب التغيرات في التقنيات الداعمة أيضًا، وحتى حين تغيرت ممارسات التدوين بشكل كبير، فإنه لم ينتج عن هذه التغيرات - في الأغلب - تغيرٌ في «المكان»، كما لم يكن هناك تمييز رسمي بين الممارسات المختلفة.

موضع حفظ السجلات من ممارسة التدوين

إن ميزة أن تتضمن المدونات سجلًا مرئيًّا لجميع المنشورات هي إحدى السمات المميزة لتقانة التدوين. ومع ذلك، تتباين تصورات الباحثين بالنسبة لأهمية سجلات الحفظ بالمدونة، كما تتباين اتجاهات المدونين الذين قُوبلوا نحو مثل هذه السجلات. قال 6 مدونين من أصل 23 إنهم يُثمنون وجود هذه السجلات ويُعيدون قراءتها من وقت لآخر - فيما لم يذكر الباقون عنها شيئًا إلا نادرًا. بدا الارتباط بسجلات الحفظ وثيقًا لدى اثنتين من المدونات وهما فرانسيس وفيليبا. قالت فرانسيس إنها تعيد قراءة المنشورات والتعليقات

القديمة، بسبب «أنني عالقة في وظيفة مملة للغاية»، و«لأنني أحب أن أتذكر الماضي وأعيد القراءة وأقول: كان ما كتبته جيدًا حقًّا، ولقد عبرت بالفعل عما كنت أشعر به في ذلك الوقت». فيما قالت فيليبا - فنانة - إنها تثمن كونها قادرة على استرجاع الماضي وتأمل حركة تفكيرها الإبداعي «إن ذلك ميزة كبيرة بالنسبة لعملي»، إلا أن هذه الميزة المُتَصوَّرَة لم تكن عملية أو متصلة بالعمل على نحو كامل. إنها بدت متصلة بالمزيد من التقدير الشخصي لقيمة الذاكرة. قارنت فيليبا وظيفة سجلات الحفظ في المدونة بمجموعة من «كراسات الرسم» في مرسمها، وقالت: «إنني أحبها ويبعث النظر في صفحاتها السرور في نفسي، إلا أنك لا يمكن أن تحملهم معك أينما ذهبت».

وتحدث اثنان من المدونين عن المنافع العملية لتسجيل وحفظ المواد التي تتسم بالمزيد من الصبغة الشخصية - مثل استخدام المدونة كصورة من صور «الذاكرة الخارجية» (Doctorow, 2002). قال جورج: «يمكن أن تنشر 101 خبر عن حياتك، ولكن ما الجدوى إذا لم توثقها - قد تختفي جميعها حينئذ». وتحدث سيمون عن مدونته بوصفها «تجربة تساعدني في تتبع هذا العالم المتغير. تتبع الاتجاهات الجديدة أو الأساليب الجديدة في صنع الأشياء». إنه شكل من أشكال التسجيل الدائم «خشية أن ينسى العالم»، أو هو تذكير له، بأبسط الأمور مثل «الحديث عن زيارتي للمتجر الشهير دبليو. إتش. سميث WH Smith».

وفي المقابل، قال دوج إن النظر إلى الماضي كان «نادرًا جدًا»، ويعود ذلك في جزء منه إلى أن العثور على منشور محدد نُشر في الماضي يُمثل «جهدًا حقيقيًّا»؛ إذ يتعين عليك أن تبحث ثم تواصل البحث». وبغض النظر عما قاله هؤلاء المدونون عن ارتباطهم بسجلات الحفظ، لم يكن من الواضح ما إذا كانوا قد قاموا كثيرًا بالفعل بالعودة إلى سجلات الحفظ لديهم، أو ما إذا كان الأمر - بشكل عام - هو شعورهم بأهمية المعلومات المتاحة لديهم.

كما قال ستة من المدونين الذين قُوبلوا إن سجلاتهم للحفظ قد تضمنت محتوى يخجلون منه. فقالت بيتي - على سبيل المثال - إنها لم ترغب في العودة إلى هذه السجلات في مدونتها للسبب التالي:

«إن العودة إلى ما كتبته في الماضي تجعلني في غاية الحرج... سأراجع حينها ما كنت قد كتبته. كان ذلك مرعبًا. لقد بدا لي أنني كنت متحمسة إلى حد كبير منذ 5 سنوات مضت... الأمر أشبه بأن يسمع المرء تسجيلات له».

أما ماري فكان لديها مدونة حين كانت في سن الثالثة عشر، ثم ما لبثت أن هجرتها، واختفت المدونة. قالت ماري إنها كانت «حزينة»، ولكن «يبدو الأمر وكأنك تقرأ أشياء كنت قد كتبتها ثم تقول لنفسك: يا إلهي... كيف كتبت ذلك؟ لذا لم أكن منزعجة كثيرًا من فقدان ما كتبته».

ومع ذلك، وبغض النظر عن شعورهم بالحرج إزاء المنشورات القديمة، قال ستة ممن قُوبلوا إنه يتعين عليهم ألا يتبرأون مما قالوه،

وأعربوا عن رفضهم للمساس بالمنشورات القديمة سواء بالتعديل أو الحذف. كان تشارلز يخشى ألا يعكس بعض منشوراته القديمة آراءه السياسية الحالية، ولكنه قال إنه لم يقم بتعديل هذه المنشورات:

«لأنني شعرت أن ذلك يتنافى - بقدر ما - مع الأمانة. أعني أن ما يكون موجودًا على المدونة منذ سنتين هو ما كنت أفكر به في ذلك الوقت، وسيبدو من العبث أن أرجع إلى ما كتبت وأقوم بتغييره ثم نشره كما لو كان على هذا النحو منذ البداية، كما سيبدو من العبث أن أعود إلى الماضي ثم أقوم الآن بنشر ما كتبته حينها، بالنظر إلى الزمن الذي مر على ذلك وإلى أن ما كتبته لم يعد ذو صلة».

أما جورج، الذي قابلناه سابقًا، والذي تعرض للفصل من عمله بعد اكتشاف مدونته من قِبَل مديريه، فقد قال - برغم ذلك - إنه لم يتحمل حذف مدونته. ولاحظت هاريت كذلك أنه على الرغم من أن ما نشرته عن خطبتها السابقة قد يُهدد مستقبلها: «أعتقد أن أصابعي تتوقف حين أشعر بعدم قدرتي على تأييد ما سأكتبه. ربما أندم على ذلك لاحقًا». أما رنيا التي كانت في السابعة عشر من عمرها وقت إجراء المقابلة الشخصية الأولى معها، والتي تحدثت في مدونتها عن محاولة انتحار، وعن حالات من إيذاء الذات وغير ذلك من الأفعال، فقد قالت - برغم ذلك: «ملت إلى تركها كما هي بقدر الإمكان؛ لأنني شعرت أنه سيكون من الخطأ أن أعدلها بسبب شعوري بالحرج». قالت آني إنها أحيانًا ما كانت تكتب منشورات ندمت على كتابتها لاحقًا،

ولكن «ذلك لم يحدث كثيرًا، وعادة ما كنت أتركها كما هي. ولكني كنت أكره أن أرى غيري لا يترك مثل هذه المنشورات على مدونته. وكنت أحب العودة إلى قراءة منشوراتي». وبرغم ذلك، فقد حذفَت مدونتها بعد شهور قليلة من خضوعها للمقابلة الشخصية.

اقترح البعض أن مهمة تعديل المحتوى القديم كانت مهمة جسيمة؛ فقال بروس إنه قد صار أكثر حذرًا فيما يتعلق بنشر أي منشورات تمثل انتهاكًا لبنود تعاقده في العمل بعد أن سمع نبأ فصل أحدهم من عمله لأسباب تتعلق بمدونته، ولكنه يأمل في ألا يطلع أحد على ما كتبه سابقًا من محتوى أكثر إثارة للجدل، كما أنه «لم يتكلف أبدًا عناء تعديل منشوراته الأقدم. وفي عام 2008، اطلع أحد مديري الشركة التي يعمل بها على صفحته، وعند هذه النقطة قام باللجوء إلى أداة «للتعديل الشامل» في لايف جورنال LiveJournal؛ ليجعل الاطلاع على صفحته متاحًا للأصدقاء فقط. وبرغم ذلك، لم تكن هذه الأدوات متاحة لأغلبية مستخدمي لايف جورنال الذين لا يدفعون اشتراكًا (LiveJournal, 2008) . ومنذ بدء التدوين على هذا الموقع في عام 2003 قام «بروس» بنشر ما يزيد عن 500 منشور. أما بيتي فقد فكرت في حذف المنشورات القديمة التي شعرت أنها تسبب حرجًا، ولكنها «أدركت أنها مهمة جسيمة»، وأقلعت عن التفكير في هذه المهمة. كان دوج هو الشخص الوحيد الذي ذكر تنقيحًا على نطاق واسع بأثر رجعي لسجلات الحفظ بمدونته، والذي فعل ذلك بناء على طلب صديقة له على موقع LiveJournal – في ذلك الوقت – والتي طلبت

منه حذف الروابط بين صفحتها وصفحته بعد أن قررت إنهاء علاقة الصداقة بينهما.

واتساقًا مع الملحوظة الواردة في الفصل الرابع عن أن التباين بين الأفراد الذين قُوبلوا كان واسعًا فيما يتعلق بتصوراتهم عن احتمال أن يكون هناك من يقرأ كتاباتهم، كان ثمة تباين أيضًا في تصوراتهم عن احتمالات أن يقرأ الآخرون منشوراتهم المحفوظة.

ويبدو أن سيمون يأمل في أن يقرأ المؤرخون - في المستقبل - المدونات مثل مدونته لمعرفة معلومات عن الحياة في الحقبة التي نعيشها (على الرغم من أنه كان «خجولًا جدًا» من بعض المنشورات التي نشرها، وربما كانت «شديدة السطحية وليس لها قيمة بالنسبة لأي شخص»):

«أحد جوانب موضوع المدونات هو أنها يمكن أن تعكس - على نحو مثير للاهتمام - حالة مجتمعنا لأبناء الأجيال التالية... وربما للمؤرخ المهتم بالجانب الاجتماعي. هناك أشخاص يقومون بحفظ سجلات لمواقعهم قبل إغلاقها. مثال ذلك مواقع من قبيل The Way Back Machine، وهكذا؛ لذا فإنني آمل أن تظل هذه البيانات الإلكترونية متاحة للأجيال القادمة».

ومع ذلك، فإنه حين ورد أي ذكر لسجلات الحفظ - في معظم المقابلات التي أُجريت، بدا أنها ذات أهمية بالنسبة للمدونين وحدهم. قالت رينا - على سبيل المثال: «حين أبلغ الثلاثين من العمر

سأقول: كيف تحولت من تلك الحالة إلى هذا الحال؟ وأتفكر في الأمر. سيكون أمرًا طيبًا أن أرى كيف مضت بي الحياة، وإلام استقرت».

أما آني فقد بدا أنها تعتقد أنه ما من أحد سيقرأ بتمعن سجلاتها - على الأقل بشكل كامل - رغم أنها قالت إنها استمتعت بقراءة المنشورات المحفوظة لدى الآخرين. وحين اكتشفت أن ثمة مدونًا - على الأقل - كان راغبًا في قراءة مدونتها بشكل كامل، شعرت بالدهشة وببعض الارتباك:

«اقترب مني أحد الأشخاص وكان يروج لتذكرة لايف إيد Live Aid (حفلة موسيقية) مجانًا... قلت له: اقرأ مدونتي لتعلم ما إذا كنت تريد القيام بذلك. فقرأ المدونة بكل محتوياتها. أصابني ذلك بالفزع. جاءني مجددًا وكان رائعًا - شاب ممتاز بالفعل - ولكنه صار يعرف كل شيء عني وكنت مندهشة. لم أعتقد بالفعل أن هناك من سيهتم بهذا القدر بالمدونة ويقرأ بالفعل كل شيء».

بررت بيتي - بشكل جزئي - عدم تعديل منشوراتها القديمة للسبب التالي: «لم أعتقد أن أي شخص سيتصفح المنشورات القديمة ويقرأ كل المحتوى»، على الرغم من أنها كانت لاحظت في وقت سابق من المقابلة الشخصية معها أن «الأشخاص الذين تتعرف عليهم يبدأون في تكوين معرفة وثيقة عما يدور في حياتك»، أما تشارلز فقد حذف تدويناته السياسية القديمة (على الرغم من أنها كانت ضمن حساب مستقل عن مدونته الشخصية في ذلك الوقت)، وقال عن ذلك: «لم أستطع أن أتبين

السبب الذي يجعل أي شخص يريد قراءتها. كما كان اعتقاد هاريت عن قلة عدد القراء الذين يتصفحون السجلات القديمة مصدرًا للإحباط المتكرر، فقالت: «قدرت أنهم جميعًا لم يكونوا قد قرأوا [مدونتي] منذ بدايتها، ولكن أحيانًا يكفي القارئ أن يعود إلى آخر منشورين ليعرف القصة بأسرها». بالنسبة لفيليبا كان ذلك يستفز كبرياءها:

«أعتقد أنه كان من بالغ الغرور أن: اعتقدت أنني كتبت قطعة أدبية رائعة، ولهذا السبب أردت أن تُحفر على الصخر، ولكنني أدركت بعد ذلك أنها ليست كذلك. إنها وثيقة حية. إنها تتغير طوال الوقت، وهي في حالة حركة كما هو حال العالم، وهكذا ينبغي أن يُنظر إليها. تعين عليَّ أن أتخلص من هذا الوهم سريعًا؛ لأنك حين تكتب شيئًا ما - كصحفي أو ككاتب - فإنه يكون لديك الشيء الذي كتبته؛ الكتاب مثلًا. يكون الكتاب لديك، ويمكنك أن تمرره إلى آخرين، وتُعاد قراءته أو ما إلى ذلك. على حين يمكن الدخول إلى ما يُكتب على الإنترنت دون شك، ولكن ربما لا يطلع عليه أحد أيضًا».

أكدت إلين مرارًا وتكرارًا أنها كانت تتعامل مع مدونتها - في المقام الأول - بوصفها وسيلة للتمرين على الكتابة؛ لذا فقد قالت إنها عادت إلى ما كتبته سابقًا لقراءته وتنقيحه، ولكنها قالت في حالة المحتويات التي مر عليها أكثر من سنة إنها قد فعلت ذلك معتقدة أنه ما من أحد سيقرأ ذلك. مما سبق يبدو جليًّا أن المدونين الذين قُوبلوا كانوا يُركزون على التلقي الأولي وليس الثانوي لنصوص مدوناتهم.

وحين تغيرت تصورات هؤلاء المدونين لممارسات التدوين على نحو جذري، فإنهم لم يحاولوا - بناء على ذلك - عمل تنقيح ممنهج لما كتبوه سابقًا ليعكس هذا التغير، فلم يتوقفوا عن التدوين على صفحاتهم الحالية آنذاك، وقاموا إما بترك سجل حفظ المدونة متاحًا على الإنترنت، أو بمحاولة حذف أو إخفاء المحتوى. بعد ذلك بدأ عدد قليل منهم في كتابة مدونات جديدة على صفحات أخرى.

وبرغم ذلك، فإنه حتى في حالة هجر المدونة، فإنه يمكن للمدونة أن تستمر في «حياة أخرى». فمن بين 11 مدونًا بدا أنهم قد هجروا على نحو كامل مدوناتهم أو انسحبوا من ساحة التدوين العام - ممن قُوبلوا - ظل معظم أو كل محتوى 5 مدونات متاحًا حتى وقت كتابة هذه السطور. وحين فُصِل جورج من عمله جعل الوصول إلى سجلات حفظ مدونته أمرًا أكثر صعوبة بالنسبة للمتصفح العابر وبدأ مدونة جديدة باسم مشابه. ومع ذلك، قال جورج أثناء المقابلة إنه لم يستطع أن يحمل نفسه على حذف سجلات الحفظ بشكل كامل. ومن بين الحالات التي يبدو فيها أن السجلات قد أُخفيت، حفظ الصفحة بشكل متعمد عن العامة أو حذفها، كانت الحالتان اللتان وُجدتا على موقع LiveJournal غير متاحتين للعامة، ولكن في حالتين من أصل أربع حالات أغلق فيها المدونون المدونة حُفظت بشكل جزئي أو كلي عبر موقع archive.org، وفي هذه الحالات لم يظهر المحتوى الخاص بهم في عمليات البحث العرضية عبر الإنترنت، ولكن كان بإمكان أي شخص يعلم عناوين مدوناتهم أن يطلع على ما كتبوه في

الماضي. من المحتمل أيضًا (وإن كان مستبعدًا) أن يكون قراء أي من هذه المدونات قد استخدموا واحدة من الأدوات الكثيرة المتاحة لحفظ سجل بصفحات الإنترنت على الأقراص الصلبة hard disks لحواسيبهم ليكون متاحًا للاستخدام الشخصي.

نادرًا ما تُناقش الطريقة التي تعمل بها سجلات الحفظ من قبيل archive.org في الصحافة أو على الإنترنت خارج أوساط المتخصصين. فمن بين المدونين الذين قُوبلوا، تحدث واحد فقط - سيمون - عن وجود سجلات للحفظ من طرف ثالث من هذا القبيل، ومن المستبعد أن يكون الكثير من المدونين واعين بكيفية الحفاظ على مدوناتهم بمنأى عن الحفظ بهذا الأسلوب. وحين سُئلت فرانسيس عن موقفها تجاه مثل هذه المواقع القائمة بالحفظ أو وسائط الذاكرة المؤقتة، قالت: «لم أكن بالفعل واعية بأنه بمقدورك أن تطلب حذف محتوى موجود بالذاكرة المؤقتة. يمكن لأصحاب المواقع أن يطلبوا عدم ظهور مواقعهم في الفهارس باستخدام القواعد التقنية المقبولة لهذا الغرض»،[5] إلا أنه لا يكون من الواضح دائمًا كيف يمكن تنفيذ ذلك في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي (بخلاف جعل المنشورات نفسها متاحة للأصدقاء فقط، وهو ما قد لا يفضله المستخدمون). وعلاوة على ذلك، فإن طلب عدم قيام محركات البحث بفهرسة الصفحات لا يضمن أنها لم تُفهرَس - فما ذلك إلا عُرف لا يُتَّبع دائمًا. وحتى وظائف حماية الخصوصية التي تقدمها المواقع لتأمين

الصفحات ضد اختراق أي طرف خلاف المستخدمين المخولين بالدخول لا تكون فعالة دائمًا (Thomas, 2008).

ويمكن ربط عدم تركيز بعض المدونين الذين قُوبلوا على دور سجلات الحفظ بعدم اليقين بشأن ما إذا كانت ممارسات التدوين ترتبط على نحو أوثق بالحديث المكتوب أو الشفهي، وهو ما ألمحنا إليه سابقًا. لم يُستقصَ هذا الأمر في المقابلات على نحو مباشر، ولكن في حالة واحدة، كان من الجلي أنه يُنظر إلى التدوين - لدى إيزوبل - بوصفه نشاطًا شفهيًا. قالت إيزوبل إنها لم تكن تُحب عرض الحُجج لمساندة المواقف السياسية على مدونتها، والسبب: «إنني لو جلست بالفعل لكتابة عرض متماسك لتفسير لِمَ أعتقد أن س، وص، وق؛ فإن ذلك سيدمِّر الطبيعة التلقائية للمدونة».

وسعيًا إلى التدليل - بشكل جزئي - على انطماس حدود أُطر التدوين بين الأشكال الشفهية والكتابة التي تقترحها بعض الدراسات عن التدوين، أحصيتُ عدد مرات تكرار ظهور كلمة «كتبتُ» (24 مرة) مقارنة بتكرار ظهور كلمة «قلتُ» (15 مرة) على ألسنة المدونين أثناء حديثهم في المقابلات الشخصية معهم. فيما كان التداخل في استخدام الإطارين الشفهي والكتابي في الوقت نفسه هو ضعف إجمالي عدد الحالتين السابقتين، وهو ما يبدو أنه يؤكد على غموض تصورات المدونين لممارساتهم. لقد أخبرتنا هاريت عن «منشور حديث تحدثت فيه عن التسامح»، وقالت بيتي: قررتُ «أن أكتب... لن

يكون الأمر رسميًّا تمامًا، ولكنني سأتبع الحذر، إنك تعلم كيف أتحدث عن الآخرين».

وبقدر ما يُمارس التدوين بوصفه تواصلًا شفهيًّا، فإنه قد ينظر إليه أيضًا على أنه يشترك مع الحديث العادي في خاصية الزوال، وقد يؤدي ذلك - بالتالي - إلى التركيز على اهتمام صاحب المدونة بالتلقي الأولي وليس الثانوي لما يكتُب.

لاحظنا في الفصل السابق أنه يبدو أن الكثير من المدونين يكونون موجهين - في ممارساتهم - نحو صورة مُتخيلة ومثالية إلى حد ما عن الجمهور، وينزعون - ربما عن قصد - إلى إغفال الأنماط غير المرغوبة من الجمهور. وبالمثل، يبدو أن الأدلة التي عرضناها في هذا الجزء تشير إلى أن الكثير من المدونين إما أن يغفلوا عن احتمالية قراءة أي شخص آخر - بخلافهم هم - لسجلات الحفظ الخاصة بهم (ربما لأنه يبدو أن التدوين أقرب إلى أن يكون ممارسة شفاهية وليس كتابية)، أو أن يتخيلوا أن مثل هذه القراءة لن تحدث سوى في زمن مُستقبلي بعيد من قِبَلَهم أو من قِبَل سلف متعاطف.

خاتمة

كشفت المقابلات التي أُجريت مع المدونين عن أن أقلية لا بأس بها ممن قُوبلوا قد غيرت اتجاهها نحو ممارساتها للتدوين بعد البدء فيه - وأحيانًا حدث هذا التغير أكثر من مرة. ومع ذلك، لم يكن هذا التغير

مُتعلقًا - بشكل عام - بردود الأفعال على انتهاكات الخصوصية (كما قد يتوقع المرء). لم يحاول المدونون الذين قابلتهم تعديل منشوراتهم القديمة لكي يجعلوها متوافقة مع الإطار المتغير لممارسات التدوين، حتى حين كانت هذه المنشورات القديمة مُزعجة بالنسبة لهم. وأيضًا حين هجروا مدوناتهم كلية، تركوا - في أغلب الأحوال - النصوص الموجودة على مدوناتهم مُتاحة على الإنترنت بدلًا من السعي لحذفها.

يُقدم فحص اتجاهات هؤلاء المدونين نحو سجلات حفظ مدوناتهم تفسيرين محتملين رئيسين لهذا السلوك. فقد بدا - أولًا - أن ثمة معيار متصور لدى العديد من المدونين عن أنه لا ينبغي لهم أن يُعدِّلوا المنشورات السابقة، وهو ما يُمكن أيضًا أن يكون قد جعلهم يُحجمون عن محاولة إزالة تدوينات الماضي. قد يرتبط ذلك أيضًا بمسألة أن المدونات مشروع مفتوح النهايات؛ إذ يبدو أن البعض قد توقف عن التدوين نظرًا لتوقفهم عن النشر لعدة أشهر، فإنه من الجلي أنهم لم يشعروا بالحاجة إلى الإعلان بشكل رسمي عن إغلاق المدونة. وحتى مثل هذه الإعلانات لا يبدو أنها مُلزمة - فقد أعلن العديد من المدونين أنهم قد توقفوا عن التدوين، ثم عادوا للتدوين بعد ذلك بدون إبداء أسباب. وربما بسبب هذه الطبيعة ذات النهايات المفتوحة، يبدو أن المدونين كارهون لاتخاذ الخطوة النهائية أو حذف مدوناتهم بشكل كامل. فعند التطبيق العملي، سيكون أي قرار من هذا القبيل نهائيًّا وغير ممكن الرجوع عنه (Blogger, n.d.; LiveJournal, 2007).[6]

كما بدا – ثانيًا – أن هؤلاء المدونين – بشكل عام – لم يتوقعوا أن يطلع القراء على سجلات الحفظ بمدوناتهم؛ حيث بدا أن تركيزهم ينصب على «التلقي الأولي لمدوناتهم، أو – إلى مدى أكثر تحديدًا – على القراءة من قِبَلهم عند لحظة محددة في المستقبل؛ لذا ربما لم يبدُ لهم الاتساق بين المنشورات الحديثة والأسبق من حيث المحتوى والأسلوب أمرًا ضروريًّا. وقد يتصل هذا التركيز على الزمن الحاضر بالتعامل مع التدوين بوصفه شكلًا شفهيًّا وليس كتابيًّا وفق تصور مبدئي.

ثمة اعتقاد ضمني آخر مفاده أنه إذا كان ثمة فهم جيد للخصائص التقنية لإحدى الوسائل التواصلية، فإن من يستخدمون هذه الوسيلة ينتفعون بما توفره من مزايا. وفي المقابل، يقترح التحليل الذي أجريناه في هذه الدراسة، أن الخصائص التقنية غير المطلوبة أو التي يبدو أنها غير مرغوبة للمدونة يُمكن أن يغفل المدونون عنها، سواء بالتجاهل المُتعمد أو بالتعامل السطحي معها. وعلى الرغم من أنه يبدو واضحًا أن المدونات تقوم – بشكل آلي – بحفظ سجلات لجميع محتوياتها، وبالنظر إلى إتاحة قراءة المحتوى لفترات غير محدودة من الزمن (تتضمن الإعدادات الأصلية للمدونات وظيفة البحث عبر كلمة مفتاح من خلال خانة موجودة على الصفحة الرئيسة للمدونة نفسها) كانت اتجاهات المدونين – ضمن أفراد العينة – نحو وجود هذا السجل للحفظ متضاربة، كما بدا أن وعيهم بالتلقي المحتمل في المستقبل للمنشورات التي حُفظَت، ورغبتهم في تعديل سجلات الحفظ السابقة

لحماية صورة الذات يخضعان للتحيزات التقنية والاجتماعية على حد سواء.

ويبدو أن التحيز التكويني يحدث - في المقام الأول - لأن الحجم الهائل من النصوص المنشورة عبر شهور أو سنوات من التدوين يجعل من أصحاب الصفحات يشعرون أن إدخال التعديلات لن يكون أمرًا عمليًا. وفي الوقت الذي يبدو فيه أن محتويات المدونة تمثل تحديًا مهمًا في مواجهة الصورة الحالية لذات صاحب المدونة، كانت الحلول الوحيدة التي يُتَصَور أنها عملية هي تغيير حالة المدونة عبر حذفها بالكامل، أو عبر جعل المنشورات مُتاحة «للأصدقاء فقط»، أو عبر نقلها إلى مكان آخر. إن أيًّا من هذه الحلول سَيُعَد شديد القسوة إلا أنه سيكون أقل وطأة من معظم الحالات المثيرة للجدل لتسريب المعلومات ذات الطبيعة الحساسة. كما أمكن تتبع أثر المعايير الاجتماعية لأن بعض المدونين قالوا إنهم شعروا بخطأ تعديل المنشورات القديمة.

ثمّنَ بعض من قُوبلوا عبر هذه الدراسة وظيفة سجلات الحفظ في المدونات، وإن كان ذلك لأسباب مختلفة، وهو ما قد يتوقعه المرء بالنظر إلى الاتجاهات المختلفة نحو القُراء المحتملين الذين تناولنا أنماطهم. فتحدث البعض عن نفع سجلات الحفظ بالمدونة بالنسبة لهم، وتحدث عدد قليل نسبيًا عن فائدة وظيفة سجلات الحفظ بالنسبة لقراء المستقبل. ومع ذلك، بدا أن الكثير من هؤلاء المدونين لم يولوا سوى القليل من الانتباه لسجلات الحفظ بمدوناتهم، وهو ما يعني أن

اهتمامهم بهذه السجلات كان محدودًا مقارنة باهتمام قرائهم؛ حيث اعترفوا أنهم نادرًا ما تصفحوا سجلات الحفظ لديهم.

على الرغم من أن إمكانية الاطلاع على سجل للحفظ كانت تُمثل - لكثيرين - فرصة للتأمل في مسيراتهم الشخصية، إلا أن الطريقة التي يُمكن بها لسجلات الحفظ التي تتضمن معلومات شخصية عن صاحب المدونة أن تصمد عبر الزمن يُمكن أن تمثل تهديدًا لما يصفه جوفمان بالحاجة للحفاظ على ماء الوجه عبر تقديم صورة مُتسقة ذاتيًا (Goffman, 1967, p. 6). حين يُحفَظ تقديم الذات، فقد يتعارض مع الصورة الحالية للذات التي يتم التمسك بها في سياقات أخرى أو التي تُقدَّم حاليًا على المدونة (أو كليهما معًا). ويُمكن أن يعتمد قبول التعبيرات المستخدمة في هذه السجلات على السياق الزمني الأصلي لها؛ فقد تخضع وجهات النظر للتغيير، مثلها مثل الأعراف المجتمعية. لم أجد بحثًا يتناول الأساليب التي يُمكن من خلالها لقراء المدونات أن يُفسروا المزج الذي يُقابلونه أثناء قراءتهم بين منشورات الماضي والحاضر، وكيف يأخذون ذلك في الاعتبار، ولا يتضمن هذا الكتاب مسائل تتعلق بهذه النقطة، ولكن وبحسب اقتراح ماير شونبرجر (Mayer–Schönberger (2009، ربما يكون «التلقي الثانوي» لمنشورات المدونات - على وجه الخصوص - مثيرًا للمشكلات.

وبمجرد كتابة المنشورات على المدونات، يمكن لصاحب المنشور أن يعدِّل أو يحذف في أي لحظة، وكنا نتوقع في مستهل

هذه الدراسة أن المدونين قد يُعدلون أو يحذفون المواد المحفوظة بسجلات الحفظ - بشكل مستمر أو دوري - بهدف الحفاظ على صورة مُتسقة للذات، وذلك وفقًا لما يقترحه الإطار النظري. ومع ذلك، لم يبدُ أن ذلك يحدث كثيرًا. فتقترح بيانات المقابلات الشخصية مع المدونين وبيانات المدونات نفسها أنه لا يحدث سوى قدر ضئيل من التعديل بأثر رجعي، وهو لا يحدث - عادة - سوى حين تُكتشَف أخطاء لغوية أو إملائية. كما أظهر المدونون الذين قُوبلوا قدرًا ضئيلًا من الوعي باحتمالية أن تقوم أيضًا مواقع تنتمي إلى طرف ثالث بحفظ ما يكتبونه.

وبحسب ما عرضنا سابقًا، ثمة تباين واسع في القدرة «الموضوعية» على تذكر المنشورات في أي من مواقع التواصل الاجتماعي والأسلوب الذي تجعل من خلاله واجهات الاستخدام مسألة النظر في المنشورات السابقة المتاحة أمرًا أقل أو أكثر صعوبة. أما خارج نطاق دارسة المدونات، فيبدو أن ثمة القليل من الاهتمام من قِبَل الدراسات الأكاديمية بقضايا التلقي الثانوي على وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، فقد توصلت دراسة كيفية - برغم اختلاف إمكانياتها التقنية إلى حد ما - لفيسبوك ومستخدميه أشرنا إليها سابقًا إلى نتائج ختامية مماثلة لما أسلفنا:

«بالنسبة لجميع مستخدمي فيسبوك - سواء صاحب الحساب أو من يتواصلون معه - لا يمكن إعادة صياغة أو تعديل صورة الذات

عبر الموقع. ليس فقط لأن تصميم الموقع لا يُشجع على القيام بذلك، بل أيضًا لأن المستخدمين - الذين شملتهم دراستنا بالطبع - لا يُظهرون رغبة قوية في ذلك؛ فلا أحد ينظر للخلف. وفي النهاية، وإذا حاول أحدهم فعل ذلك، فإنه ينبغي أن يكون ثمة ما يُبرر بذل هذا الجهد في الحاضر، وهو ما يتسبب في الشعور بالصعوبة والضجر؛ لذا يجد المرء نفسه مُجبرًا على المكوث في دائرة «الحاضر»، وهذا هو المصير الأبدي لمستخدم فيسبوك.

(Harper et al., 2012, p. 17)

يُشير ما سبق - في الحد الأدنى - إلى الحاجة إلى دراسات جديدة عن الجوانب الزمنية لتقديم الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الفصل السادس:

نحو مجتمع مُنفتح جذريًا

تناولنا في الفصول السابقة كيف يمكن للحجم المُتنامي لمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي أن يُعَرِّض المستخدمين للإيذاء حين يصل إليهم جمهور غير متوقع في أوقات مفاجئة. ولكن من المهم أيضًا أن نُفكر في سبب استمرار التوسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمًّا وكيفًا على الرغم من وجود هذه المخاطر، وعلى الرغم من توافر العديد من الوسائل الأُخرى للتفاعل الاجتماعي.

لا ريب في أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي - بحسب عرضنا في الفصل الختامي - ينطوي على مزايا ومنافع واضحة مما يمكن أن يُفسر بعضًا من هذا التوسع الغامر في استخدام هذه الوسائل. ومع ذلك، فعلاوة على كل هذا وذاك، يهدف الفصل الحالي إلى تقديم عرض موجز للقوى الثقافية والتقانية، والتجارية التي يبدو أنها لا تؤدي فقط إلى تبني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ولكنها تؤدي أيضًا إلى زيادة في حجم قاعدة المعلومات التي تُشارك

عبر مثل هذه الخدمات. وإيجازًا للحُجة التي سأعرضها في هذا الفصل، فقد تعامل المهندسون وأصحاب المشروعات مع المزايا التقنية لأدوات التواصل الرقمي واستغلوها، ويبدو أن كثيرين منهم كانوا متأثرين بمجموعة من الاتجاهات الثقافية (المضادة) تجاه التعبير عن الذات، وتجاه ما ندعوه الآن بـ «المشاركة»، وهو ما يُمكن تتبع جذوره - بشكل جزئي- في الثقافة المُضادة الأمريكية منذ نهايات ستينيات القرن الماضي وسبعينياته. أثبتت هذه القيم (على الأقل وفق تبني مؤسسات التواصل الاجتماعي الكبرى)، اتساقها مع ضرورات تجارية محددة، وأدى الاثنان معًا إلى ظهور رسائل إعلانية وتحيزات تقنية تدفع باتجاه تبني الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت، أو - بحسب لغة الشركات التجارية - قدر أكبر من الانفتاح والمشاركة. ففي الأجزاء الواسعة من العالم التي صار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فيها واسع الانتشار بين مجموعات محددة، يمكن لآثار الشبكة network effects الناتجة أن تجعل من العسير على الفرد أن ينأى بنفسه أو حتى يُقلص من انخراطه في هذا النشاط. وختامًا، سأُقدم عرضًا موجزًا للعديد من الأساليب التي تبدو - من خلالها - المسارات التقنية technological trajectories مؤدية على الأرجح لزيادة حجم البيانات المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي (وهو ما يؤدي بالتالي - على نحو شبه حتمي - إلى تضاعف فرص حدوث الأضرار المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي).

كيف وصلنا إلى هنا؟ تاريخ موجز لصناعة وسائل التواصل الاجتماعي

على الرغم من أنه كان يُنظر إليه - في المقام الأول - بوصفه أداة معلوماتية، إلا أن الإنترنت دائمًا ما كان وسطًا اجتماعيًّا. وبحسب ملحوظة هافنر وليون Mayer–Schönberger، «لم يكن لدى مُنشئي الإنترنت رؤية كبرى لاختراع نظام توزيع للرسائل عابر للقارات. ولكن بمجرد تجاوز عدد الوصلات الداخلية عدد العشرين، قام المستخدمون الأوائل بتحويل نظام الحواسيب المُتصلة إلى أداة تواصل شخصية ومهنية (Hafner & Lyon, 1996, p. 189). ومع ذلك، دعم الإنترنت في الشطر الأكبر من بداياته الأولى التفاعل غير المباشر بين الأفراد الذي يستهدف مجموعة مُحددة من الأفراد (عبر البريد الإلكتروني)، واستهدف التفاعل الغائي مدى غير محدد من المُتلقين المحتملين، ولم يكن ثمة تصورات عن حوار (عبر المدونات) أو التواصل عند بُعد، ولكن كان التصور السائد عن حوار يلتزم - بدرجة أو بأخرى - بإطار موضوع أو مجتمع محدد (ساحة استقبال الرسائل)[1]، كان ما أضافته الصفحات الشخصية عبر الإنترنت ثم المدونات الشخصية - بشكل مبدئي- هو وضع الفرد وهويته في مركز الممارسات الخاصة بالإنترنت[2]. قد لا يمكن وضع الوسيلتين السابقتين جنبًا إلى جنب استخدام خدمات وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر - إلا على سبيل التجاوز، ولكنهما سلفين مهمين. وعند هذه النقطة - تحديدًا - بدأ ظهور أنواع المخاطر التي ناقشناها في هذا الكتاب،

والناجمة عن الإفصاح عن الذات لجمهور غير محدد، أو لجمهور مبهم.

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بداية من سيكس ديجريز دوت كوم sixdegrees.com في عام 1997، ظهرت ثلاثة عناصر جديدة - تدريجيًا ولكنها لم تصبح واسعة الانتشار سوى مع فريندستر Friendster 2002 (d. boyd & Ellison, 2007) - فيما يتعلق بمواقع وممارسات الإفصاح عن الذات، تسببت في زيادة حدة ومدى مخاطر استخدام هذه المواقع والممارسات. كان أول هذه العناصر الإضافية وأكثرها وضوحًا هو - ببساطة - المستوى الفائق من الممارسة. وفي حين كان واحد فقط من كل 10 مستخدمين للإنترنت في الولايات المتحدة قد امتلك - في وقت ما - مدونة (Pew Internet & American Life Project, n.d.–a)، وارتفعت هذه النسبة إلى أقل من 20% في المملكة المتحدة (Dutton & Blank, 2013)،[3] وهي الأرقام التي تبدو ثابتة، فإن ثلثي مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (Dutton & Blank, 2013; Pew Internet & American Life Project, n.d.–a). ومع أن مُعدل زيادة استخدام فيسبوك (على سبيل المثال) قد يكون الآن آخذ في التباطؤ في كل من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة (Bercovici, 2013)، فإن عدد مستخدمي فيسبوك - بشكل عام - يتزايد من شهر لآخر، من 1 مليار في سبتمبر 2012 إلى 1,28 مليار في مارس 2014 (Facebook, 2013a)، بفضل الزيادة الكبيرة

في استخدام الإنترنت في شتى أرجاء العالم. ولا يدخل في هذه الأعداد الملايين التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، ففي الصين – على سبيل المثال – حيث تم حظر موقع فيسبوك بدءًا من يناير 2014، تُشير التقديرات إلى وجود 278 مليون مستخدم لمواقع أخرى للتواصل، و281 مليون مستخدم للمدونات الميكروية micro blogging sites (CNNIC, 2014).

العنصر الثاني هو توجه شبكات التواصل الاجتماعي نحو الإصرار على أن يذكُر المستخدمون أسماءهم الحقيقية. لا يُمثل الإفصاح عن المعلومات الشخصية – بشكل عام – مصدرًا للإيذاء إلا إذا نُسبت إلى أشخاص محددين. وبينما تتضمن المدونات، والصفحات الشخصية بطبيعتها مشاركة المعلومات الشخصية، يُمثل الاستخدام المتكرر للأسماء المستعارة، وما إلى ذلك من ممارسات من قِبَل المستخدمين، محاولة للحد من الإيذاء المحتمل.[4] شيئًا فشيئًا، لم تعد هذه الخيارات متاحة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. ثمة عدد من الأسباب التي تؤدي إلى إحداث هذا التغيير، بعضها نفعي على نحو مباشر، وربما يكون البعض الآخر مثيرًا للجدل، فتصير بعض أكثر الأشكال شيوعًا من شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك لمستخدميها بمثابة دفتر لأرقام الهواتف، وبالتالي قد يكون ثمة ضغط اجتماعي يُمارسه النظراء على المستخدمين من أجل عدم استخدام الأسماء المستعارة. كما يُشير القائمون على إدارة شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا إلى أن استخدام الأسماء المستعارة يُمكن أن يؤدي إلى نقيض

السلوك الاجتماعي. وحين سُئِلَ رئيس مجلس إدارة جوجل، لِمَ تطلب الشركة من مستخدمي شبكة +Google استعمال أسماءهم الحقيقية، أشار إلى أن «الإنترنت سيكون أفضل إذا ما علمنا أنك شخص حقيقي ولست كلبًا أو شخصية زائفة. بعض الناس أشرار فحسب، وينبغي أن نكون قادرين على تحديد هوياتهم وعزلهم» (Banks, 2011). ومع ذلك، فلا ريب في أن القيمة التجارية للبيانات التي نشاركها عن أنفسنا على شبكات التواصل الاجتماعي تكون أعظم حين يمكن ربطها بفرد محدد، وبالتالي تكون مرتبطة بأنشطة أخرى يقوم بها هذا الفرد.

إن خاصية أن فيسبوك يطلب من مُستخدميه أسماءهم الحقيقية، ويُقيم الروابط بين الأنشطة عبر خدماته تعني أن ثمة احتمالات كبيرة لتسريب المعلومات على نحو ضار حين يتحرك ذوو النوايا الخبيثة للعثور على آخرين. وفي إحدى الحالات، أدت التغييرات في إعدادات الخصوصية في فيسبوك إلى اكتشاف الآباء لشذوذ أبنائهم حين كُشف - عن طريق الخطأ - عن هذا الأمر (Fowler, 2012). لقد أدى تأكيد جوجل على تفضيل استخدام الأسماء الحقيقية ومعرفة الهوية الحقيقية لأصحاب الأسماء المستعارة إلى التسبب - بشكل غير مقصود - في استبعاد خدمة +Google لعدد من المتحولين جنسيًا (Blue, 2014).

وعلاوة على ذلك، قامت العديد من الدول - ولاسيما الصين - بسن تشريعات تتطلب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

التسجيل باستخدام اسمائهم الحقيقية أو أرقام الهوية الرسمية (Chen, 2012)، ولعل ذلك يستهدف - جزئيًا - صد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي عن التعبير عن الآراء السياسية المُعارضة عبر الإنترنت، إضافة إلى المساعدة في ملاحقة المعارضين قضائيًا.

العنصر الثالث الجديد هو ما أشرت إليه في الفصل الثالث بوصفه زيادة الروابط المتبادلة للتواصل عبر الحاسوب. وكما لاحظت حينها، يتميز التواصل عبر الحاسوب باستخدام منصات الشبكة العنكبوتية (أو ما شابهها) بوجود روابط متبادلة أكثر من رسائل البريد الإلكتروني التي تخلو من قوائم العناوين، وقد أسهم تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على نحو بالغ في تدعيم هذا الاتجاه؛ نظرًا لأنها تتمتع - في الأغلب - بروابط أكثر من غيرها من المواقع. وهذه ليست مجرد صدفة تقنية، على نحو ما سأعرض فيما يلي؛ إنه اختيار تصميمي يهدف إلى تعظيم عوائد هذه المواقع.

التحول من «المشاعية الجديدة» إلى خطاب «المشاركة»

إن تقديم عرض مُكثف للنقاشات الأحدث في دوائر علم الاجتماع عن الهوية في المجتمع الحديث أمر يخرج عن نطاق هذا الكتاب. ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أن عددًا من علماء الاجتماع البارزين (Bauman, 2001; Beck & Beck-Gernsheim, 2001; Giddens, 1991; Lash & Friedman, 1991; Rose, 1999) ذكروا - عبر أساليب عديدة - أن إحدى الخصائص الرئيسة للحداثة المعاصرة هي حاجة الأفراد

إلى تحديد هوياتهم بشكل تأملي، وهي المهمة التي قد تبدو تقنيات الاتصال بالإنترنت الخاصة بالتعبير عن الذات ملائمة لها. فيُشير تشاندلر Chandler -على سبيل المثال- أن أصحاب الصفحات الشخصية يُمكنهم عبر كتابات التأمل الذاتي أن «يُغيروا من أنفسهم ليصيروا كما يريدوا أن يكونوا حقًا» (1998).

ومع ذلك، لِمَ يكشف المرء عن هويته أمام جمهور؟ أشار كل من جيدنز Giddens (1990) وإيلوز Illouz (2007) إلى أن ثمة ضغطًا متزايدًا يُمارسه المجتمع الحديث على الفرد لكي يُشارك التفاصيل الدقيقة عن حياته في طائفة متنوعة من السياقات من أجل إقامة علاقات مع الآخرين. يُلاحظ روز Rose أيضًا «أن الحديث الصادق عن شخصية المرء، وعن أبويه، ومعلميه، وطبيبه، وشريك حياته، أمر متأصل في القلب من الممارسات المعاصرة لأنصار النزعة الفردية» (Rose, 1999, p. 244).

ومع ذلك، وبخلاف هذه الاعتبارات الاجتماعية البارزة، أود أن أناقش مجموعة مُحددة للغاية من المعايير الاجتماعية الخاصة بالتواصل عبر الحاسوب، والتي تبدو متعارضة مع المعايير الاجتماعية السائدة، ففي حين أن النصيحة التي نتلقاها عادة تقول: «فكِّر قبل أن تتكلم»، بينما يستند عمل باحثين من أمثال جوفمان على فكرة أن إدارة الانطباعات أمر مركزي في التواصل بين الأفراد، تُشير هذه المجموعة البديلة من المعايير إلى أنه يتعين علينا أن نُعبر عن أنفسنا

عبر الإنترنت على نحو منفتح وأمين. ربما كان أكثر مؤيدي هذه الفلسفة تأثيرًا هو مارك زوكربيرج، مؤسس فيسبوك. ومع أننا نتقبل - بشكل تلقائي - فكرة أننا نظهر بصورة ما مع زملاء العمل، وصورة أخرى مع العائلة أو الأصدقاء المُقربين، يحتج زوكربيرج بالعبارة التي كررها ثلاثة مرات بحزم في دقيقة واحدة أثناء مقابلة أُجريت معه عام 2009: «لديك هوية واحدة فحسب» (Kirkpatrick, 2010, p. 199). وقد صُمِّم فيسبوك على هذا الأساس. رفض زوكربيرج - على سبيل المثال - في وقت مبكر من تطويره لموقعه اقتراحات تقضي بضرورة أن يكون من حق المستخدمين البالغين امتلاك ملف شخصي للعمل، وملف آخر «اجتماعي للمرح». وقال زوكربيرج «ربما نكون على مشارف نهاية قريبة للغاية للعهد الذي كنت تظهر فيه لزملاء العمل بصورة مختلفة عن صورتك أمام الآخرين» (المرجع السابق، p. 199). وبحسب كيركباتريك Kirkpatrick الذي أجرى العديد من المقابلات مع رئيس مجلس إدارة فيسبوك أثناء إعداده لكتابه، لم يكن اعتراض زوكربيرج راجعًا لاعتبارات براجماتية فحسب (أو بالأحرى ربحية)، ولكنه كان راجعًا لاعتبارات أخلاقية: «فامتلاكك لهويتين دلالة على عدم النزاهة» (المرجع السابق، 199).

لا تُمثل وجهة النظر هذه موقفًا متفردًا؛ إذ يمكن أن نقابلها في أُطر مختلفة لدى الكثير من رواد هذا المجال والشخصيات العامة، سواء من خلال نصيحتهم عن كيف ينبغي للأفراد التعبير عن أنفسهم عبر الإنترنت، أو من خلال ممارساتهم على الإنترنت. مثال ذلك، أصر أحد

المدونين المُبرَّزين – توني بيرس Tony Pierce – في كتابه «كيف تدوِّن» How to Blog على أنه يتعين عليك «أن تقول بالضبط ما تريد قوله، بغض النظر عما عساه أن يكون شكل ذلك على الشاشة» (Pierce, 2004). فيما قال مدون شهير آخر، هو مارك بيرنشتاين Mark Bernstein، في كتابه «10 نصائح مفيدة للحصول على موقع نابض بالحياة»: «اكتب بأمانة، لا تختبىء، ولا تتوقف فجأة» 10 tips on Writing the Living Web': 'Write honestly. Don't hide, and don't stop short' لـ (M. Bernstein, 2002). لقد جسد الكثير من الرواد الأوائل في مجال الإنترنت – بوضوح – هذه المعايير، ومنهم جستين هول Justin Hall، الذي يُلَقَّب بـ «الأب المؤسس للتدوين الشخصي»، والذي بدأ منذ عام 1994 في الكتابة عن انتحار أبيه، وعن إصابته بداء القوباء shingles، وحياته الجنسية، وغير ذلك كثير (Rosen, 2004). كما تحدثت جولي بيترسن، التي عملت مع هول في مجلة وايرد Wired، عن علاقتها بخطيبها السابق على مدونتها الشخصية (Petersen, 1995).

لا تزال هذه الاتجاهات سائدة على نطاق واسع اليوم على الإنترنت، ووجدت صداها لدى عدد من المدونين الذين قابلتهم. مثلًا قارنت هاريت على نحو صريح بين الحرية (النسبية) في التعبير عن مدونتها، والقيود التي تشعر بها في التفاعلات الاجتماعية في الحياة اليومية:

«إنها مدونتي، وهي تتحدث عن مشاعري في هذه اللحظة بالذات. لا يمكن أن أغني وأرقص وأتشقلب في كل الأوقات، أحيانًا

ما أكون محبطة، وأعتقد أن هذا أحد الأمور التي علمتها عن نفسي عبر التدوين. إن الناس يتوقعون منك في الحياة الواقعية - وأحيانًا عبر المدونات - أن تُغَنِي وترقص وتمزح وتنشر الفرحة بين الجميع، ولكني أحيانًا ما أقول تبًّا! لا أريد أن أكون كذلك. إنني أقول ما أريد... ويتعاطف الآخرون مع ذلك. وإذا لم يروقهم ذلك فليذهبوا إلى الجحيم».

كما ذهب اثنان من المدونين إلى مدى أبعد، بتأكيدهما على أنه ينبغي أن يكونا قادرَين على قول ما يريدان قوله فحسب، ولكنهما أكدَا أيضًا أنهما قد شعرَا (وغيرهما من المدونين) بوقوعهم تحت ضغط أن يكونوا أكثر انفتاحًا في كتابة مدوناتهم مقارنة بالتفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية. يبدو ذلك مُتسقًا مع إطار التدوين الذي اقترحته فرانسيس، التي قالت: «تحتوي المدونة على حياتي بأسرها إلى حد بعيد»:

«ليس ثمة أية قواعد بالفعل، ويمكنك أن تنشر ما تشاء، ولأنها مدونتك فإنك تتمتع بكامل الحرية، ولأنه لا يتعين عليك اتباع أية قواعد، فإنك تستطيع أن تقوم بما تشاء، فمن ذا الذي يهتم بما تقول؟»

أكد تشارلز أنه بينما كانت كتاباته عبر المدونة «وجهه العام»، يتطلب «التدوين الأصيل» منك أن تكتب «كما لو كان لا أحد يقرأ». وبقدر ما يكون ذلك صحيحًا، يمكن لنغمة الحرية أن تجعل - للمفارقة - الكُتاب يشعرون بقدر أقل من الحرية في تجنب الإفصاح عن الذات.

وجنبًا إلى جنب معيار «الانفتاح» لدينا معيار آخر يتصل به، وهو ذلك المعيار الذي يقول إن على المرء أن يكون صادقًا في تقديراته عن نفسه. وعلى سبيل المثال، بدا هذا الشعور قويًّا للغاية لدى رنيا، التي ناقشت مدونتُها بعض الموضوعات الشخصية للغاية شملت إيذاء النفس ومحاولة الانتحار؛ إذ قالت:

«إنني أميل إلى ترك ما كتبت كما هو قدر الإمكان. أعتقد أنه سيكون من الخطأ أن أغير ذلك، لمجرد أنني أشعر ببعض الحرج.

هل ستكتب في مدونتك عن شيء تشعر بالخجل من فعله؟

سأكتب أنا. وسأقول حينها انظروا! هذا ما فعلت. سأحاول أن أُقدم الموضوع في سياق إيجابي نوعًا ما، ولكني لن أُحجم عن ذكره. سأذكر الحقيقة».

كذلك لاحظت هاريت أنه: «إذا ما كنت بصدد الكتابة عن نفسي، فإنني أحاول أن أكون أمينة في كتاباتي، لا تتعلق الأمانة بشخصي فحسب، ولكنها تتعلق بما أفعله - وإلا فما نفع الكتابة؟»

تُلاحِظ مارويك في دراستها عن مستخدمي تويتر أن الكثير منهم أيضًا يلتزمون بهذا المعيار - أو يتظاهرون بذلك على الأقل - وهو الموقف الذي يعبر عنه أحدهم: «حين أقوم بالتغريد، فإنني ألتزم الأمانة، وأكتب بشغف. إنني أعبر بصدق عما في داخلي» (A. Marwick & boyd, 2011, p. 119). ومع ذلك، تقترح الشواهد من قبيل ما اقتبسناه توًّا، وكذلك البحث

الميداني الذي أجريته على المدونين ليس فقط أن «مُستخدمي تويتر يتعاملون مع جمهور متعدد ومتداخل عبر الإخفاء - المُمنهج - للمعلومات، مستهدفين بتغريداتهم جمهورًا مختلفًا وساعين إلى رسم صورة صادقة عن الذات وجذابة للشخصية» (المرجع السابق، p. 124). ولكن أيضًا أن بعض المستخدمين - على الأقل - يتبنون معيار الصدق ولا يسعون لمجرد أن يظهروا بمظهر الصادقين، ولكنهم يكونون بالفعل صادقين في منشوراتهم.

قد يضطلع بمهمة تقديم استقصاء شامل لجذور هذه المجموعة من المعايير بشأن التواصل عبر الحاسوب كتاب آخر، ولكن بفضل عمل فريد تيرنر (2005, 2006) Fred Turner تحديدًا، يمكن تحديد مؤثر رئيس محتمل. تبدأ القصة في نهايات ستينيات القرن العشرين بالحركة التي يسميها بـ «المشاعية أو الكوميونالية الجديدة» New Communalism، والتي انبثقت عن تنوع واسع من الحركات الثقافية في حقبة الحرب الباردة، ويشمل ذلك شعر الايقاع beat poetry، ورواية الايقاع، وبوذية الزن Zen Buddhism، والرسم التجريدي، ثم ما ظهر منذ منتصف ستينيات القرن العشرين من عقاقير الهلوسة (Turner, 2005, p. 493). والأمر الحاسم بالنسبة لعرضنا هو «أمل هذه الحركة في العودة بالأمريكيين إلى أسلوب حياة أكثر أصالة وأكثر تجذرًا في المجتمع» عبر تحويل أنفسنا وعلاقاتنا مع الآخرين لتحقيق «حالة من السمو الجمعي» transcendent collectivity (المرجع السابق، p. 493–494). كانت «المزرعة الجماعية» - كوميونة commune - أنشئت في عام 1971 في

سمرتون، بولاية تينيسي، إحدى محاولات تحقيق ذلك، وبحسب كلمات أحد أعضائها، «كان كل فرد هناك يتوقع منه أن يقول ما يراه بشأن أي شخص آخر. فيتعين على عقلك أن يكون كتابًا مفتوحًا، أو يصير شاطئًا لعراة الأفكار» (Coate, 1987). بحلول عام 1983، كانت الكوميونة قد انحلت، ولكن بعد مرور 3 سنوات على ذلك، صار 3 من أعضائها مديرين مهمين في أحد المجتمعات الافتراضية المبكرة، ويسمى ويل Well. ومع أن عدد أعضاء ساحة الحوار التي اتخذت من سان فرانسيسكو مقرًّا لها لم يزد على عدة آلاف، إلا أنه صار لها تأثير واسع في ساحة الإنترنت نظرًا لاجتذابها لصحفيين، وللعديد من رواد المجتمعات الافتراضية، منهم هوارد رينجولد Howard Rheingold، مؤلف كتاب «المجتمع الافتراضي» The Virtual Community في (2000)، ومؤسس مؤسسة الحدود الإلكترونية Electronic Frontier Foundation، ومجلة وايرد Wired، وغيرهما، ووفقًا لما يذكره تيرنر، «فبحلول منتصف ثمانينيات القرن العشرين، كانت الحركة الكوميونالية الجديدة قد انحلت بشكل كبير، ومع ذلك استمر الالتزام المجتمعي وما يتصل به من مُثُل افتراضية ومادية في الوجود ضمن البرمجيات، والبُنى الإدارية، واللغة اليومية للمجتمع الافتراضي «ويل WELL» (Turner, 2005, p. 503).

المجموعة الأخرى من الأفكار ذات الصلة والأكثر جذرية، والتي يبدو أنها آخذة في الظهور هي توثيق الحياة اليومية Lifelogging، و«التتبع أو القياس الكمي للذات» (http://quantifiedself.com/) quantified self،

وهي الأفكار التي يقف وراءها كل من جاري وولف Gary Wolf وكيفين كيللي Kevin Kelly (كلاهما من كُتاب مجلة Wired وعضو قديم في «WELL»). يسعى أنصار هذه الأفكار إلى الاستفادة من الإتاحة المتزايدة والتعقيد المتزايد لأدوات التسجيل والقياس لوضع أنفسهم موضع المراقبة أثناء حياتهم اليومية، وفي حالة «القياس الكمي للذات»، تُستخدم هذه البيانات كوسيلة لتحسين الذات. لم تُكَوِّن هذه الجماعات الناشئة بعد مجموعة متسقة من المعايير بشأن ما إذا كان ينبغي أن تُشارك البيانات التي يجمعونها أم لا، وكيف يمكن أن يكون ذلك. وبرغم ذلك، وبقدر ما تُعمم هذه الأفكار من استخدام وأجهزة التتبع المميكن وأجهزة التسجيل المُتصلة (عادة) بالإنترنت، فإنه يبدو مما لا مفر منه أن تساهم هذه الأجهزة في المزيد من تداول المعلومات الشخصية عبر الإنترنت، ولاسيما وسائل التواصل الاجتماعي.

استُغِلَّت هذه الأفكار من قِبَل المؤسسات التجارية في مقابل الأفكار المضادة عن المخاوف التقليدية بشأن الخصوصية، ويشمل ذلك كل من الشركات التي تُقدم خدمات التواصل الاجتماعي وأعضاء الشركات الأكبر ذات الاهتمام التجاري بتشجيع المستهلك على استخدام الإنترنت ومشاركة المعلومات (مُقدمو خدمة الإنترنت، وبائعو أجهزة الهاتف الجوال وأجهزة الحاسوب). ووفقًا لتحليل جون John (2013)، فإن طائفة متنوعة من أشكال التعريف بالذات، والتعبير الإبداعي، والتواصل الانفعالي قد جُمِعت معًا وإعادة تسميتها تحت لافتة «المشاركة» sharing. لا تنطوي هذه الكلمة في حد ذاتها فحسب

على مضمون إيجابي يُخفي الضرر المحتمل الناتج عن الإفراط في المشاركة، ولكنها ترتبط بعلاقة سجع مع كلمة الاهتمام caring؛ لذا:

«أُخبرنا في إحدى التدوينات التي ترجع إلى عام 2009، أن زر المشاركة يُمَكِنَك من أن تأخذ محتوى من شتى بقاع الشبكة العنكبوتية، وأن تشاركه مع أصدقائك على فيسبوك، حيث يمكن إعادة مشاركة المحتوى نفسه مرارًا وتكرارًا، وبالتالي يُلاحظ الأشخاص الذين يُهمك أمرهم المنشورات الأفضل والأكثر إثارة».

(Facebook, 2009)

«وبغض النظر عن حقيقة أنه إذا ما أُعيدت مشاركة المحتوى الذي قمت أنت بمشاركته، مرارًا وتكرارًا، فإنه من المستبعد أن تكون قادرًا حتى على معرفة من اطلع عليه، ناهيك عن رعايتهم، فإن مضمون هذه العبارة ساطع للغاية: إن مشاركتك تعبير عن الاهتمام».

(John, 2013, p. 176)

يستكمل جون بحثه بالعثور على عبارات شديدة الشبه بما سبق، تستخدمها ثلاثة من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، كما أن الأمر لا يقتصر على الشركات المسؤولة عن وسائل التواصل الاجتماعي وحدها فحسب، ولكنه يشمل أيضًا مئات الشركات الأخرى ذات الاهتمام بزيادة التواصل غير المباشر بين الأفراد، والتي تدعم هذا الإطار - يُلاحظ جون: «أن إحدى الشركات البريطانية في مجال الاتصالات T–Mobile،

قد تبنت في حملة إعلانية انطلقت عام 2011 شعار «الحياة للمشاركة». فيخبرنا أحد الإعلانات - على سبيل المثال - أن «بعض الأشياء في الحياة ينبغي عليك أن تشاركها» (المرجع السابق، p. 176).

وفي استخدام للغة على طريقة جورج أورويل لوصف الأشياء المدمرة، استحدث موقع فيسبوك في عام 2011 خاصية تقوم بشكل آلي بكتابة «جديد المستخدم» نيابة عن المستخدمين حين يقرءون أو يتفاعلون مع مواقع تُطبق هذه التقنية. أطلقت إدارة فيسبوك على هذه الخاصية اسم «مشاركة غير مثيرة للخلاف»، فمن ذا الذي يريد أن يتسبب في إثارة الخلاف؟ وفي هذه الحالة - لهذه الخاصية المثيرة للإعجاب - بدا أن هذا التعديل لم يلق استحسانًا من المستخدمين (Greenfield, 2012)، ولكن لفيسبوك سوابقه في الخروج عن الأُطر المألوفة، والانسحاب في مواجهة المعارضة المنظمة، ولكن مع النجاح المتكرر في إعادة تقديم مقترحات مماثلة في ثوب جديد حين تنحسر المخاوف (van Dijck, 2013).

أحيانًا ما تزعم الشركات أنها تستجيب فقط للاتجاهات المتغيرة، ولا تقودها. ينقل فيتسباتريك Fitzpatrick عن زوكربيرج وصفه لشكل ما من أشكال القانون الحتمي للزيادة المطردة للمشاركة، وهو أشبه ما يكون بقانون مور الذي تنبأ (على نحو صحيح) بنمو أُسي في عدد الترانزستورات الموجودة على شريحة سيليكون عبر الزمن. «إنه يعتقد أن قدر المعلومات المتاح عن كل فرد على فيسبوك قد

يتضاعف 1000 مرة في غضون عقد من الزمان. ويؤدي هذا الافتراض إلى نتائج منطقية يصفها بالمثيرة. يقول زوكربيرج: «سيتعين على الجميع أن يحمل جهازًا في سائر الأوقات يقوم [بشكل آلي] بالمشاركة. يمكنك أن تتنبأ بذلك» (Kirkpatrick, 2010, p. 313).

والآن تستدعي الشركات التغييرات - التي تزعم أنها ملحوظة - في معايير الخصوصية لدى الأفراد سعيًا إلى التخفيف من وطأة قوانين حماية الخصوصية. فقد نجحت شركة نتفليكس Netflix - على سبيل المثال - في مقاومة قانون أمريكي يمنعها من مشاركة المعلومات عن الأفلام والبرامج التي يُشاهدها المستخدمون بدون الحصول على موافقتهم في كل مرة، عبر ملحوظة أن فيسبوك وسبوتيفاي Spotify كانَا يقومان بالفعل بمشاركة مثل هذه المعلومات (Van Dijck, 2013, p. 66).

يتلاءم ذلك تمامًا مع ما ألمحنا إليه من مزاعم في الفصل الثاني عن أن الجيل الرقمي يكون لديه اتجاه أكثر مرونة تجاه الخصوصية من الأجيال الأكبر سنًّا (Palfrey & Gasser, 2008)، والنتيجة الضمنية التي تُقرر أنهم قد يستمرون في عدم إيلاء الكثير من الانتباه بشأن خصوصيتهم مع تقدمهم في العمر. ومع ذلك، ووفقًا لما لاحظته في ذلك الفصل، ووفقًا أيضًا لما سوف أتناوله في الفصل الختامي على نحو أكثر تحديدًا، فمن المشكوك فيه أن الأمور ستكون على هذا النحو؛ إذ لا يتعين علينا كمجتمع أن نناقش فقط ما إذا كنا سنتسامح في المستقبل مع قدر أكبر من الإفصاح عن الذات أو حتى نستمتع

بذلك، ولكن يتعين علينا أيضًا أن نُناقش ما إذا كانت هذه الحالة – على مستوى أعلى – تمُثل بالنسبة لنا وضعًا مرغوبًا.

يتغاضى ما سبق عن إمكانية أن تكون ثمة اختلافات مهمة في الاتجاهات نحو الخصوصية على الإنترنت بين الثقافات المختلفة. ومما لا شك فيه في أن بعض الدراسات التي تقارن الولايات المتحدة بالصين، واليابان بألمانيا تقترح نقاطًا محتملة للاختلاف (Capurro, 2005; Krasnova, Veltri & Gunther, 2012; Lu, 2005). وعلى سبيل المثال كان من ضمن ما كشفت عنه دراسة مسحية تناولت عينة من خمس جنسيات عن المشاركة والثقة، أنه بينما قال 35% ممن شملتهم الدراسة أنهم يفضلون أن يكونوا مجهولي الهوية حين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، كانت النسبة في اليابان أكثر من 50% (De Rosa, Cantrell, Havens, Hawk & Jenkins, 2007). ولشبكات التواصل الاجتماعي مصلحة في تنميط الاتجاهات نحو حماية الخصوصية ودفع المستخدمين جميعًا نحو تبني توجهات أكثر انفتاحًا، وتُشير فان دايك إلى أن فيسبوك «قد لعب دورًا مهمًا في نشر المعايير الاجتماعية (الأمريكية) بين مجتمعات المستخدمين في مختلف أرجاء العالم» (المرجع السابق، 2013، p. 57).

التحيزات التقنية

لا تتمكن الشركات من تشجيع الإفصاح عن الذات عبر الرسائل الإعلانية فحسب؛ إذ يُمكنها أيضًا أن تستخدم الإعدادات الأصلية

للبرمجيات، وكذلك الطريقة التي تظهر بها الخيارات أمام المستخدم، وهو ما يدعوه فينبرج بـ «التحيز التأسيسي» (Feenberg, 2008) – انظر الفصل الثالث.

يوجد وعي متزايد بقوة تأثير الإعدادات الأصلية على سلوك الأفراد بفضل رواج كتب من قبيل كتاب «الدفعة Nudge (Thaler & Sunstein, 2008). ومع أن الفعالية النوعية لأية إعدادات أصلية يمكن أن تتباين تباينًا واسعًا اعتمادًا على السياق، فإن ثمة أمثلة صارخة من ساحة التقنية. وعلى سبيل المثال، كشفت إحدى الدراسات التي أجريت عن أجهزة الراوتر اللاسلكي (واي فاي) أن نسبة تتراوح ما بين 28% إلى 57% فقط من المستخدمين قد قاموا بتغيير الإعدادات الأصلية لأجهزتهم من أجل تسمية الشبكة باسم مخالف للاسم الأصلي، على الرغم من أن الخبراء والمصنعين والجهات الحكومية يقترحون جميعًا إجراء هذا التغيير (Shah & Sandvig, 2008).

لقد قدمت بوتشر Bucher – على سبيل المثال – في تحليلها للطريقة التي يقوم بها فيسبوك – مثلًا – بعرض ضوابط الخصوصية، مثالًا ساطعًا لنمطي إقناع المستخدمين كليهما:

«يتحقق الموقع نفسه من الصفحات الشخصية عبر جعل الإعدادات الأصلية للخصوصية هي إمكانية الاطلاع من قِبَل (الجميع). وتقرر إعدادات الخصوصية – صراحة – أن تغيير الإعدادات الأصلية (سيمنعك من الاتصال بأصدقائك)؛ وفي المقابل، وعبر الحفاظ على الإعدادات

الأصلية (ستساعد) أصدقاءك على اختلاف مشاربهم وخلفياتهم في العثور عليك».

(Bucher, 2012)

من هنا، فإنه في الوقت الذي يكون للمستخدمين حرية اختيار الإعدادات التي يفضلونها، فعلت إدارة فيسبوك كل ما بوسعها لدفعهم نحو الاختيار المفضل للشركة، والمتسق مع الهدف المُعلَن لـزوكربيرج - بناء شبكة تكون «إعداداتها الأصلية اجتماعية» (Shiels, 2010).

لا يكون الضغط - ببساطة - بالدفع باتجاه محدد، فكما لاحظنا في الفصل الرابع، يغلب على وسائل التواصل الاجتماعي - وفيسبوك على وجه الخصوص - «تغيير قواعد اللعبة» باستمرار. وبمجرد اعتياد المستخدمين لمستوى محدد من الإفصاح، يمكن اختبار تسامحهم - مجددًا - مع تحول جديد في الإعدادات. يبرهن ماكيون McKeon على ذلك - بشكل مقنع - في صورة أشكال بيانية، موضحًا كيف أنه مع كل «تحسين» في إعدادات الخصوصية في فيسبوك، تصبح المزيد من المعلومات متاحة وفق الإعدادات الأصلية (2010)، وقد قامت مؤسسة الحرية الإلكترونية Electronic Freedom Foundation بمهمة مماثلة ذات طبيعة نصية (Opsahl, 2010).

وإذا كان لا يزال يساوركم أدنى شك في أن هذه استراتيجية واعية، فإنه من الجدير بالذكر أن موظفي فيسبوك يقومون بأنفسهم بنشر أبحاث متخصصة في هذا المجال، وقد أجروا - على سبيل

المثال - تجارب لإيجاد سبل لتشجيع الأعضاء الجدد على الانخراط في المزيد من المساهمة في محتوى فيسبوك. كان من بين ما كشفت عنه هذه الدراسة (وهذا أمر غير مستغرب) أن «الأعضاء الجدد الذين يلاحظون أن أصدقاءهم يساهمون بفعالية، يقومون بدورهم بمشاركة المزيد من المحتوى» (Moira, Cameron & Thomas, 2009, p. 1)، مما يُزيد من أهمية الاستمرار في الدفع باتجاه المزيد من ممارسات الإفصاح عن الذات.

الضرورات التجارية

يبدأ فيسبوك مبادئه التأسيسية بأنه قد وُجِدَ «من أجل جعل العالم مكانًا أكثر انفتاحًا وشفافية، وهو ما نؤمن بأنه كفيل بخلق المزيد من الفهم والتواصل» (Facebook, n.d.–a)، وتزعم إدارة جوجل أنها حين تقوم بتصميم خصائص جديدة فإنها: «تهتم أيُّما اهتمام بالتأكد من أن هذه الخصائص ستؤدي - في نهاية المطاف - إلى خدمتك، ولا يكون الهدف تحقيق مصلحتنا أو أهدافنا الداخلية (Google, n.d.). ومع ذلك، وبمجرد أن تصير مؤسسات التواصل الاجتماعي شركات مساهمة (جميع المواقع الكبرى لخدمات التواصل الاجتماعي إما أنها شركات مساهمة أو أنها تسعى لأن تكون كذلك باستثناء ويكيبيديا)، فإنها تصير واقعة تحت وطأة ضغوط غامرة لتعظيم الأرباح، ومقارنتها كل ربع سنة في الأحوال المثالية أو على الأقل عبر فترات متوسطة أطول وهو الأمر الأنسب. ووفقًا لما يخلص إليه درور Dror, 2013 في

تحليله لهذه المبادئ التأسيسية، فإنه حتى إذا افترضنا أن نوايا هؤلاء المؤسسين حقيقية، فإنهم لن يكونوا قادرين على مواصلة الالتزام بهذه الوعود إلا بمقدار استمرار تلقيهم للأرباح.

إن ما ينطوي عليه ما ذكرناه توًّا تحديدًا بالنظر إلى ممارسات الشركات قد يكون أكثر صعوبة في التناول، بسبب اختلافات نماذج العمل بين شركات التواصل الاجتماعي؛ لأن نماذج العمل تنزع إلى التغير في البيئة الحالية سريعة التغير، وعلى مستوى أعمق، بسبب أيضًا التزام الشركات بطابع السرية. لقد عرف المتخصصون الذين يدرسون بنية ونماذج عمل صناعة وسائل التواصل الاجتماعي (Cha, 2013; Van Dijck, 2013) الإعلان بوصفه المصدر الفردي الأكبر للدخل لمعظم مثل هذه الخدمات، ولكن في إطار هذه المظلة العامة، لا يبدو واضحًا - على سبيل المثال - مدى أهمية ما تزعمه وسائل التواصل الاجتماعي من قدرتها على استهداف المستخدم بدقة بالنسبة لتعظيم العائد، أو مدى اعتماد شركات وسائل التواصل الاجتماعي - سواء في الحاضر أو في المستقبل - على العوائد من بيع البيانات عن سلوك المستخدم إلى المتخصصين في دراسات السوق، والمعلنين، وسماسرة البيانات. وبالنظر إلى أهمية هذه المؤسسات بالنسبة لحياتنا اليومية، فإن واقعة أن الأساليب التي تستخدم لإدرار الدخل لا تكون مفهومة سوى بمعنى واسع للغاية؛ ينبغي أن تثير قلقنا جميعًا. ومع ذلك، يمكننا أن نستخلص بعض التعميمات المعقولة بناء على ما نعلمه عن السوق.

يُحقق فيسبوك - على سبيل المثال - أكثر من 80% من عوائده من الإعلانات (Cutler, 2013). ومع أن الرواج الفائق لمواقع مثل فيسبوك يؤمن مستوى من الدخل، فإن قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التحديد الدقيق لاهتمامات المستخدمين وخصائصهم - وهو ما يعود جزئيًّا إلى ما يكشفونه بشكل واعٍ عن أنفسهم على الإنترنت - هو تحديدًا ما يُمثل الميزة الرئيسة للإعلان عبر مثل هذه المواقع، ويؤدي ذلك بهم إلى التنقيح المستمر لفهمهم لمستخدميهم (Sengupta, 2013). ووفقًا لإحدى الدراسات، تربح المواقع التي تقدِّم خدمة الإعلانات بناء على معرفة خصائص القارئ قيمة تصل إلى 2,68 ضعف القيمة التي تربحها المواقع التي لا تمتلك مثل هذه المعلومات (Beales, 2009). وهذا جزء فقط من اتجاه واسع لاستهداف المستهلكين بأساليب أكثر تعقيدًا من أي وقت مضى (Turow, 2005). وعلى الرغم من الضوابط شديدة الحسم التي يختارها المستخدم لخصوصيته، فإنها لا تحمي بياناته من اطلاع الموقع المستضيف عليها. إن مدى حماية بيانتهم لا يتعدى سياسات الخصوصية التي تطبقها هذه المواقع، وفي بعض الحالات تحدد هذا المدى قوانين الدولة (بقدر ما تُحترم هذه الأخيرة).

ووفقًا للملحوظات الحصيفة لفان دايك، يستخدم مالكو شبكات التواصل الاجتماعي «نوعًا من الطنطنة حين يزعمون أن التقنية تُمكن أو تُيسر الأنشطة الاجتماعية، فبرغم ذلك، فإن «جعل الشبكة العنكبوتية اجتماعية»، يعني - في واقع الأمر - «جعل السلوك الاجتماعي

أمرًا تقنيًا». إن السلوك الاجتماعي المؤطر تقنيًّا يجعل من أنظمة المتفاعلين رسمية، وتابعة، وتكيفية؛ مما يُمَكِّن المنصات المستضيفة لهذا التفاعل من التحكم في السلوك الاجتماعي كما يظهر في الحياة اليومية (Van Dijck, 2013, p. 12). أحد الأهداف الرئيسة التي تتصل بالنشاط التجاري لشبكات التواصل الاجتماعي هو تعظيم الاستخدام والنشاط. فعبر الاستخدام المتزايد للروابط المؤتمتة، يُمكن لمشاركة ما يبدو أنه معلومة فردية (صورة حفلة) أن يستدعي العديد من المشاركات الأخرى» (كانت هناك حفلة في مكان ما، وحضرها كل من توم وديك وهاري)، وكل مشاركة من هذه المشاركات يمكن أن تستدعي رد فعل، مما يخلق - بالتالي - سببًا للعودة إلى الخدمة التي تستضيف المعلومة للإعراب عن رد الفعل.

وفي هذا السياق، تُيسر إعادة تشفير التفاعلات الاجتماعية لتصير بيانات تفصيلية مُصاغة تقنيًّا من مهمة شبكات التواصل الاجتماعي للقيام بتحليل خوارزمي algorithmically لأنماط سلوكنا والتحكم فيها. وعلى سبيل المثال، فإنه بمجرد أن تعلم إحدى شبكات التواصل الاجتماعي أنك قد أقمت عدة حفلات في أحد الأماكن على مدار الشهر الماضي، يمكنها أن تعرض عليك فرصة تغيير قرارك بشأن هذا المكان واختيار مكان آخر قريب. وفي الوقت الحالي قد تعوق سياسات الخصوصية لدى وسائل التواصل الاجتماعي مثل هذه الأنماط من الاستخدام المُتَطفِّل (أو قد تعوزها ببساطة القدرات التقنية على فعل ذلك)، ولكن لا تزال تقنية تحليل بيانات السلوك

تشهد نموًّا مستمرًّا، ويمكن للشركات المقدمة لخدمات التواصل الاجتماعي - في إطار سعيها للحصول على مصادر جديدة للدخل في بيئة عمل خالية من اليقين، أن تتحرك أكثر فأكثر نحو تبني هذا الاتجاه. لا ريب في أن لدى هذه الشركات -مثل غيرها في عالم الأعمال -الدوافع كافة لزيادة حجم البيانات الذي يمكن لهم أن يجمعونه تحسبًا؛ لأن تصير ذات قيمة في المستقبل. وعلى سبيل المثال، تعمل شركة فيتبيت Fitbit التي تصنع أجهزة لقياس النشاط البدني (وتشجع عملاءها على مشاركة هذه البيانات مع أصدقائك عبر شبكات التواصل الاجتماعي)، أيضًا مع شركات التأمين على الحياة؛ لذا فإن سعر تغطية التأمين الصحي في الولايات المتحدة قد يرتبط في المستقبل بمستوى النشاط البدني، ما دام المستخدمون يتبرعون بمشاركة مثل هذه البيانات (وربما تعرضوا للعقاب من قِبَل أرباب العمل إذا لم يقوموا بذلك) (Olson & Tilley, 2014).

آثار الشبكة

كلما صار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي منتشرًا في جماعة ما، صار الإحجام عن المساهمة فيها أمرًا أكثر صعوبة. فحين تقوم إحدى هذه الشبكات مثل فيسبوك بتقديم طائفة من الوظائف واسعة التنوع - ليس فقط جديد المُستخدِم ومشاركة الصور ولكن إرسال الرسائل والتحضير للحفلات أو الاجتماعات، فإن أولئك الذين لا يكونون متصلين بالشبكة يمكن أن تفوتهم فرص المشاركة في العديد

من المناسبات الاجتماعية. ومع ذلك، وبمجرد الاتصال، فإن ثمة أدلة على أنه جنبًا إلى جنب التحيزات التقنية التي تشجع على الإفصاح عن الذات، يمكن لتوقعات النُّظراء أن تُمثل ضغطًا وربما إكراهًا على المستخدمين للمشاركة. وعلى سبيل المثال، وبحسب تفسير إحدى المراهقات الأمريكيات:

«لمواجهة الأسئلة الباعثة على الضجر من الأصدقاء وزملاء الدراسة، بدأت في خلق (نسخة خفيفة) من حياتها، تقوم بمشاركتها بشكل منتظم على فيسبوك، وذلك لمجرد أن تدرأ عن نفسها إزعاج أصدقائها بالسؤال المستمر عن أحوالها. إلا أن الأمر الذي كان باعثًا على شعورها بالإحباط، هو أنها وجدت أن مشاركة قدر ضئيل من المعلومات يجعلها تتكلف عناء الحفاظ على خصوصيتها على نحو أكبر من عدم مشاركة أي شيء».

(d. boyd, 2014)

كشفت إحدى الدراسات المسحية الحديثة عن أن 24% من مستخدمي فيسبوك الأمريكيين يبغضون بشدة «إغواء مشاركة قدر كبير من المعلومات عن النفس أو الضغط للقيام بذلك»، فيما عبر عدد منهم بلغت نسبتهم 12% عن بغضهم الشديد «للضغوط من أجل نشر التعليقات التي ستصير شائعة وتحصد الكثير من التعليقات وعلامات الإعجاب» (Smith, 2014). لم يَقُم فيسبوك فقط بجعل مشاركة موضع المُستخدم إعدادًا أصليًّا لمستخدمي الهواتف الجوالة بالنسبة لخدمة

الرسائل المتبادلة (ومن دون تحذير المستخدمين الذين يقومون بتحميل التطبيق)، ولكن إذا ما رغبت في استخدام فيسبوك من أجل رؤية موضع أصدقائك من أجل مقابلتهم، فإنه يتعين عليك أيضًا أن تجعل موضعك مرئيًّا بالنسبة لهم، وهو ما يُضيف - بالتالي - ضغوطًا من قِبَل النظراء لجعل مواضع المستخدمين مرئية (Dzyre, 2014).

وإذا تسببت الطريقة التي تُشجع بها وسائل التواصل الاجتماعي مستخدميها على المشاركة في شعورهم بعدم الارتياح، ألا يمكنهم - ببساطة - أن يُقلصوا من مدى ما يقولونه أو ينسحبوا بالكامل؟ من الجلي أن هذا يكون بمقدورهم من حيث المبدأ. ومع ذلك، يمكن أن يكون هناك تكاليف اجتماعية باهظة لمثل هذا التصرف على الفرد تحملها، كما لاحظ ماير شونبرجر (2009). لقد رأينا بالفعل في الفصل الخامس أن الأفراد يمكن أن يصيروا مرتبطين بالسجلات التراكمية لذواتهم الرقمية التي تتحقق عبر مشاركتهم في وسائل التواصل الاجتماعي. وعلاوة على ذلك، قد تكون الشركات المقدمة لخدمات وسائل التواصل الاجتماعي - سواء لأسباب تتعلق بالخصوصية أو لأسباب تنافسيه - كارهة لتيسير أخذ المستخدمين لبياناتهم معهم حين يتحولون إلى خدمة أخرى. تقوم هذه الشركات بكل ما في وسعها لتثبيط عملائها عن الانسحاب، وبحسب شرح بيتس، فإنك إذا ما أغلقت حسابك على فيسبوك:

«ففي لحظة تشعر عندها بغياب التوفيق، يواجهك فيسبوك بصور لأصدقائك ورسائل تقول كيف (يفتقدونك). بعد أن تُقاوم دموعك،

يتعين عليك أن تنسحب من القائمة البريدية للموقع، وإلا استمر في الصراخ عبر رسائل عن حفلات ولقاءات تفوتك الآن. وحتى في هذه الحالة لا يؤدي إغلاق الحساب إلى التخلص منه، ولكنه يؤدي به إلى أن يصير «مُعلقًا بين السُّحُب»، في انتظار أن تركض عائدًا. لا يكون الحذف نهائيًا، ولا تجعل شبكات التواصل الاجتماعي من ذلك أمرًا يسيرًا. يتعين عليك أن تبحث على الموقع جيدًا لمعرفة كيفية القيام بذلك، ثم تُرسل بطلب، ينبغي أن يؤكَّد عبر رسالة بالبريد الإلكتروني. تؤكد إدارة فيسبوك أنه لن يكون لك أي أثر على سيرفرات الموقع في غضون أسبوعين، مع عدم إمكانية استعادة ما حُذف. ولكن حتى في هذه الحالة، ستظل موجودًا على الشبكة إذا ما استمر أي من أصدقائك في وضع صور لك.

الأمر المهم بالقدر نفسه، هو أن الانسحاب من وسائل التواصل الاجتماعي كثيرًا ما لا يكون اختيارًا خاصًّا بالفرد فقط، ولكنه يؤثر على علاقاته بالآخرين؛ إذ تثبت العديد من دراسات الحالة التي أُجريت على بعض من حاولوا الانسحاب من وسائل التواصل الاجتماعي ما يمكن أن يتسبب فيه ذلك من شقاق (Baumer et al., 2013; Portwood-Stacer, 2013; Turkle, 2011; Van Dijck, 2013). حيث يمكن النظر إلى الانسحاب من الشبكة بوصفه انسحابًا من العلاقة التي تربطك بمن يتصلون بك عبرها. مثالنا على ذلك هو حالة بروس، الذي اختار أن ينسحب من فيسبوك لأسباب سياسية:

«استاء أصدقاؤه على فيسبوك من رغبته في التضحية بعلاقاته الشخصية عبر فيسبوك لأسباب تتعلق بقضايا سياسية. أعربت عمة بروس عن حزنها من أنه لم يعد بمقدورها أن تتفاعل معه عبر فيسبوك. أما أحد أصدقاء بروس الذين اعتاد الأخير على التواصل معهم عبر فيسبوك، فقد اتهمه بالتمركز حول الذات مما جعله «يتخلى» عن العلاقة بينهما، لمجرد موقف أيديولوجي مناوئ لتسريبات ويكيليكس. اعتقد الصديق كذلك أن بروس كان (متعاليًا) حين اتخذ قراره بالهجر، ولاستعراضه (لقسوته) من خلال قدرته على اتخاذ مثل هذا القرار».

(Portwood–Stacer, 2013, p. 1042)

وعلى الرغم من استمرار وجود العديد من وسائل التواصل المتاحة، فإنه يبدو أن البشر يمكن - فجأة - أن يقاوموا الإجبار على استخدامها، وهو ما يُمكن أن نستقيه من دراسة أخرى عن عدم استخدام فيسبوك:

«قام أحدهم بإغلاق حسابه دون تحذير أي أحد، تسببت حقيقة أنه لم يعد من الممكن التواصل معه عبر فيسبوك في إزعاج الكثيرين. [...] كان الكثير من الأصدقاء لا يُقيمون في البلد نفسها التي يقيم فيها، وكانوا يستخدمون فيسبوك كنمط رئيس للتواصل؛ وعلى الرغم من أنه كان بإمكانهم التواصل معه عبر البريد الإلكتروني، إلا أن هذا لم يكن مألوفًا، وقال الكثيرون إنهم لم يريدوا القيام بذلك».

(Baumer et al., 2013, p. 6)

تحكي فان دايك قصة مشابهة، حين قام «بيت» - أحد أفراد أسرة قامت بدراستها - بترك فيسبوك، كان أكثر ما يسبب له الانزعاج هو:

«ردود الفعل السلبية من أصدقائه، وأقاربه، وزملاء النادي، الذين اشتكوا من أنه قد صار يتعين عليهم الآن أن يرسلوا له رسائل منفصلة على البريد الإلكتروني للفت انتباهه... شعر بيت أنه عالق في وسط متواصل على نحو كاشف، سواء من الناحية التقنية أو الاجتماعية، وللمفارقة، فقد شعر أنه أسير فخ لسلوك اجتماعي معياري عبر الإنترنت ساعد هو بنفسه في صنعه عبر السنين».
(Van Dijck, 2013, p. 154)

وبالإضافة إلى ذلك، ففي وسط مُتخم بالتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الكثيرون - لاسيما صغار السن - يمكن النظر إلى العجز عن مجاراة ذلك بوصفه انحرافًا. مثال ذلك أن «كلاًّ ممن يستخدمون أو لا يستخدمون موقع فيسبوك يستخدمون كلمات من قبيل (غريب)، و(عجيب)، و(مجنون)، و(مُحبِط)، و(مُعادي للمجتمع)؛ لوصف من يُحجمون عن الاشتراك في هذا الموقع» (Portwood-Stacer, 2013, p. 1049).

مسارات تقانية

لا ريب في أن التقنية التي ساهمت أكثر من غيرها في الطفرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة تداول المعلومات عبرها

هو الهواتف الجوالة الذكية. فقبل ظهور هذا النوع من الهواتف، كان يتعين عليك أن تجلس إلى جهاز حاسوب من أجل أن تكتب أي شيء على الإنترنت، أما إذا أردت أن تلتقط صورة، فكنت تحتاج إلى حمل كاميرا رقمية. إن أجهزة الهواتف الجوالة (وكذلك الحاسوب اللوحي الأحدث منها) دائمًا ما تكون بحوزة مالكيها وتمكنهم من نشر النصوص القصيرة ومقاطع الفيديو، وأيضًا تحميل الصور ومشاركتها عبر عدد قليل من نقرات الأصابع، فيما تُضاف بيانات الموضع على نحو آلي؛ ونظرًا لأن هذه الأجهزة دائمًا ما تكون - على الأرجح - في حالة التشغيل، فإنها تكون مثالية أيضًا بالنسبة لطائفة متنوعة من أشكال ما يدعوه موقع فيسبوك بـ «المشاركة الصادقة»؛ وهو تتبع بيانات الموضع ثم نشرها لاحقًا على سبيل المثال.

لقد سجلت نسبة الأشخاص الذين يملكون أجهزة هواتف جوالة - على مستوى العالم - ارتفاعًا فائقًا من 7% في عام 2010 إلى نحو 22% في عام 2013، كما كانت ثمة توقعات بأن تبلغ نسبة من يملكون حاسبًا لوحيًّا 6% من سكان العالم بنهاية عام 2013 (Heggestuen, 2013). وعلى الرغم من هذا النمو السريع، فإنه لا يزال يوجد متسع فسيح للمزيد من انتشار هذه التقنية، حيث إن 44% من الأمريكيين لم يكونوا قد امتلكوا بعد أحد هذه الأجهزة في منتصف عام 2013. ومع استمرار هذه التقنيات في الانتشار (ونظرًا لأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو أحد المزايا الرئيسة لهذه الأجهزة)، يمكن للمرء أن يتوقع قدرًا أكبر من النشاط المتصل بوسائل التواصل الاجتماعي في

السنوات القادمة. يوجد اتجاه متنامٍ أيضًا نحو إتاحة استخدام مثل هذه الأجهزة بين فئات عمرية أدنى؛ فقد كشفت إحدى الدراسات في المملكة المتحدة في عام 2013 عن أن الأطفال يحصلون على هاتفهم الجوال الأول - في المتوسط - في عمر الـ11 عامًا، ولكن بلغت نسبة الآباء الذين يشترون لأبنائهم جوالًا بداية من سن الخامسة 9% (Press Association, 2013b).

تطورت الهواتف الجوالة الذكية وانتشرت انتشارًا سريعًا بفضل انخفاض أسعارها وتضاؤل أحجام مكوّناتها المادية الرئيسة مثل الكاميرا والبطاريات والزيادات المقابلة في مساحة الذاكرة الرقمية والقدرة على المعالجة. لقد أدى رواج هذه الأجهزة إلى المزيد من انخفاض أسعار مكوناتها المادية، وأدى ذلك - بدوره - إلى ظهور أشكال جديدة من الأجهزة المُتصلة رقميًّا، وظهور مصطلح جديد لوصف ظهور هذه الأشكال وهو «إنترنت الأشياء» Internet of Things. إن حلم امتلاك طائفة واسعة من الأجهزة الرقمية المتصلة مع بعضها بعضًا في المنزل قديم قدم الحواسيب الشخصية نفسها - فقبل أن يُفكر أي شخص في أن الناس قد يرغبون في معالج للكلمات في المنزل، فكر المبتكرون الأوائل لأجهزة الحواسيب الشخصية في أنهم قد يرغبون في التحكم في إضاءة منازلهم، وأجهزة الصوت، وكاميرات المراقبة باستخدام شبكات الحاسوب (Friedman, 2005). إلى الآن لم تحقق هذه الصناعة نجاحًا كبيرًا في تسويق منتجاتها، ولكن شراء جوجل لنيست Nest، وهي إحدى الشركات المنتجة لـ«أجهزة المنازل الذكية»،

مقابل 3,2 مليار دولار يشير إلى أن هذا توجه استراتيجي، على الأقل بالنسبة لهذا العملاق التقني المؤثر (Carroll, 2014). ومثلما ظلت تقنية الفيديو كونفرنس الشخصي لزمن طويل «تقنية المستقبل» إلى أن ظهر سكايب Skype والإنترنت واسع الانتشار، وجعل هذه الوسيلة مجانية، تتراجع كذلك تكلفة الاتصال بالأجهزة المستخدمة في الحياة اليومية إلى النقطة التي لن يكون عندها ما يعوق تركيب كاميرا - على سبيل المثال - حين تشتري جرسًا لباب المنزل، وتقوم بتوصيله بالإنترنت. لقد أُضيفت كاميرا رقمية إلى مليار جهاز جوال جديد في سنة 2012 وحدها، ويكلف إضافة كاميرات بسيطة إلى أي جهاز حوالي 10 دولارات (The Economist, 2013)، فيما يتكلف تمكين الجهاز من التقاط شبكة لاسلكية خمسة دولارات إضافية (Mims, 2013). وجنبًا إلى جنب أجهزة الجوال الذكية، هناك ساعات متصلة بالإنترنت، وأثناء كتابة سطور هذا الكتاب، تظهر أيضًا جوجل جلاس، وهي نظارات متصلة بالإنترنت ومُركب بها كاميرات وأجهزة تسجيل. وعلى الرغم من التأكيدات بأن هذه النظارات لن تُصمَّم لتكون مناسبة للمراقبة السرية، فإن أي شيء يجعل تسجيل تفاعلات الحياة اليومية أكثر يسرًا يمكن أن يكون خطيرًا.

لا ريب في أن شركات أخرى ستعمل على استغلال مثل هذه القدرات، وربما لا تقدم بالضرورة احتياطات مماثلة. إن ناراتيف كليب Narrative Clip جهاز تتجاوز مساحته واحد سنتيمتر مربع قليلًا، ويتكلف

279 دولارًا وقت كتابة هذه السطور، ويقوم بالتقاط الصور بشكل آلي، مرتين في الدقيقة على مدار يوم كامل (/http://getnarrative.com). وفي عام 2014 صار من المتاح بالفعل شراء طائرة مُسَيَّرَة مقابل 1200 دولار، والتي يمكن أن تطير لمدة من 20 إلى 25 دقيقة ويُتحكم فيها من هاتف جوال ذكي، وتقوم بالتقاط صور أو مقاطع فيديو (Eaton, 2014). تتخيل أمبر كيس Amber Case - متخصصة في أنثروبولوجيا السايبورج (كائن سيبراني cybernetic organism–cyborg) - عالمًا من «الأزرار غير المرئية»، وهي مساحات تستدعي أفعالًا حين تقوم أنت أو أي من الأجهزة التي تنتمي إليك بالمرور بها أو بلمسها (Knowles, 2012). ليس من الصعب أن نتخيل - على سبيل المثال - بابًا «ذكيًّا» لا يسمح لك بالدخول إلا إذا كان لديك عدد كبير كافٍ من المتابعين على تويتر.

يُمكن لحساسات زهيدة الثمن أن تقوم بما هو أكثر من مجرد سماعك ورؤيتك؛ إذ يمكنها أيضًا أن تراقب معدل ضربات قلبك، بل وحتى النشاط الكهربائي للدماغ من أجل «تعزيز» تفاعلاتك في الحياة اليومية. أثبتت إنتر - آكس -أون InteraXon (/http://www.interaxon.ca) إمكانية قراءة موجات الدماغ عبر وضع عصابة على الرأس، لتغيير نوع الخط في رسائل البريد الإلكتروني اعتمادًا على الحالة العاطفية للكاتب (Knowles, 2012). ألن يكون من الملائم أن يكون لديك أصدقاء قادرين على التعاطف معك عبر شبكة وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لديك، وذلك حين تشعر بتدني حالتك المزاجية من دون الحاجة حتى إلى مجرد إخبارهم السبب؟ ثمة الكثير من الأمثلة الإضافية على

الاستخدام المستقبلي أو الفعلي لمراقبة الحالات العاطفية - على سبيل المثال - لبيع منتجات حين تكون مقاومتك للخضوع في أدنى حالاتها (Morozov, 2013).

يتعين علينا أن نتخيل الاستعمال واسع الانتشار أو السيئ لمثل هذه الأجهزة والخدمات لنكون حذرين من المخاطر التي قد تنشأ؛ فإذا ما صار بعض الأشخاص أو الأماكن -ولو أقلية لها وزنها- مُتصلين على نحو فائق بهذا الأسلوب، فربما يصير صعبًا على الباقين أن يتجنبوا الانغماس في ثرثرة وسائل التواصل الاجتماعي التي قد يكونوا قد تسببوا فيها. ولا ريب في أن الشركات والحكومات يمكن أن تتخذ من استخدام هذه التقنيات مؤشرًا على أننا لم نعُد نهتم بحماية خصوصيتنا.

خاتمة

كثيرًا ما تنتهي النقاشات بشأن لِمَ يفصح الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن المزيد عن أنفسهم إلى عدد أكبر من الناس من أي وقت مضى إلى حديث عن المسؤولية الشخصية أو غيابها. وتكون الحجة هي أنه «ليس ثمة ما يُكرِه أي شخص على أن يقول ما يقول عبر الإنترنت... كما أن إعدادات الخصوصية الملائمة متاحة لمن أراد أن يستخدمها للتحكم في اختيار من له حق الاطلاع على ما يقولونه». استعرضنا في الفصول السابقة بعض الأسباب التي قد تجعل الأفراد يُخفقون في فهم طبيعة بعض المخاطر التي تكتنف نشر

معلومات عنهم عبر الإنترنت، أو يختارون التغاضي عنها. يُلقي هذا الفصل الضوء على العوامل الاقتصادية والتقنية والاجتماعية التي تخلق بيئة يكون الإفصاح فيها عن الذات وشخصيات الأقران عبر الإنترنت أكثر يُسرًا ويَلقَى تشجيعًا في كل مناسبة.

لا يعني ذلك بالطبع أن الأفراد لا يتحملون بعض المسؤولية عن أفعالهم حين يكشفون عن معلومات عبر الإنترنت بطريقة ساذجة. كما أنني لا أرغب في أن أقول إن المستخدمين الأفراد يكونون عاجزين في مواجهة هذه الضغوط. ثمة أدلة على أن بعض الأفراد يقاومون بعض هذه الاتجاهات بشأن وسائل التواصل الاجتماعي، سواء من خلال تقليص مساهمتهم في وسائل التواصل الاجتماعي أو الانسحاب كلية (Baumer et al., 2013; Portwood–Stacer, 2013; Van Dijck, 2013)، أو عبر محاولة تنظيم وتغيير ممارسات وحوكمة وسائل التواصل الاجتماعي (كما في: http://europe–v–facebook.org/)، أو عن طريق اتباع العديد من الأساليب التي تزدري أو تهدم أو تتجاهل المعايير والقواعد. وعلى الرغم من أن فيسبوك يطلب من المستخدمين أن يُقدموا أنفسهم بأسمائهم الحقيقية ولا يُنشئون أكثر من حساب واحد للمستخدم نفسه، فقد كشفت دراسة عن أنه يبدو أن حوالي 8% من الأسماء المستخدمة لأصحاب الحسابات على فيسبوك زائفة (Gross, Acquisti & Heinz III, 2005). وعلى حين لا يُفترَض بالأطفال دون سن الثالثة عشر أن ينضموا إلى فيسبوك، فقد كشفت دراسة مسحية على مستوى القارة الأوروبية عن أن طفلاً من كل خمسة أطفال

- في المتوسط - في المرحلة العمرية ما بين 9 – 12 سنة قد انضموا باستخدام أعمار زائفة (تصل هذه النسبة إلى 46% في جمهورية التشيك) (Livingstone, Olafsson & Staksrud, 2011). وكشفت دراسة أمريكية مماثلة عن أن 36% من مستخدمي الإنترنت فيما دون سن الثانية عشرة قد كذبوا بشأن أعمارهم للانضمام إلى فيسبوك (Madden et al., 2013, p. 76). ويصف كل من بويد، ومارويك، وغيرهما العديد من الحيل التي يستخدمها المراهقون للاستمرار في التواصل مع أصدقائهم من دون الكشف عن المعلومات التي يرغبون في الحفاظ عليها بمنأى عن معلميهم وآبائهم (d. boyd, 2014; d. m. boyd & Marwick, 2011; Oolo & Siibak, 2013). وبرغم ذلك، يغلب على غالبية المستخدمين «مجاراة» السياق المحيط بدلًا من إضاعة الجهد في محاولة التصدي له (وربما يكون هناك بعض المخاطر التي تعترض سبيل مثل هذا السلوك؛ إذ يمكن للشركات المقدمة لخدمات وسائل التواصل الاجتماعي أن تحذف - ببساطة - حسابات الأفراد الذين لا يلتزمون بالقواعد، وبدون خضوعها لأية مساءلة). كما كشفت إحدى الدراسات المسحية عن أن ما لا يزيد عن ربع عدد المراهقين قد قاموا بنشر معلومات كاذبة لحماية خصوصيتهم، على الرغم من أن 58% قد استخدموا نكاتًا لا يفهمها سواهم أو أرسلوا رسائل مُشَفَّرَة (Madden et al., 2013, p. 103).

سأقوم في الفصل الختامي بالموازنة بين ما ذكرناه في هذا الكتاب عن مصادر القلق والمخاوف المتعلقة باستخدام وسائل

التواصل الاجتماعي، والنظر في بعض المزايا التي يمكن لنا - على الرغم من ذلك - أن نجنيها من خلال الاستخدام الملائم، كما نُقدم بعض النصائح للمساعدة في الحد من المخاطر بالإضافة إلى تمكيننا جميعًا من الاستمتاع بالمزايا.

99

الفصل السابع:

خاتمة

يتكون هذا الفصل من أربعة أجزاء. يُلخص الجزء الأول الفصول الأولى من هذا الكتاب، ويقترح كيف يتحدى هذا العمل الاعتقادات السائدة بشأن ويب Web 2.0 2 والخصوصية. ويوازن الجزء الثاني بين المخاوف التي ظهرت عبر باقي أجزاء الكتاب بشأن الأضرار المحتملة الناجمة عن الإفصاح عن الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع تقديم عرض موجز للمنافع الكثيرة المحتملة التي يمكن للمستخدمين أيضًا أن يجنوها. وفي الجزء الثالث أُقدِّم صورة موجزة عن العديد من التدخلات الممكنة من قِبَل الحكومات، والتربويين، والشركات المُقدمة لخدمات وسائل التواصل الاجتماعي نفسها للحد من المخاطر التي ينطوي عليها استخدام، مثل هذه الخدمات من دون الاستهانة بالمنافع الناتجة عن هذا الاستخدام. وختامًا، أُقدم جدول عمل للأبحاث المستقبلية وأدعو لإقامة حوار جديد حول الكيفية التي ينبغي علينا أن نتعامل بها مع وسائل التواصل الاجتماعي.

نظرة عامة

مثلما يوجد في علم الاقتصاد مصطلح الهومو إيكونوميكوس homo economicus (الإنسان الاقتصادي الافتراضي) - وهو كائن راشد، دائمًا ما يتصرف وفق مصالحه الخاصة - كذلك يمكن للمرء أن يتحدث عن مستخدم مثالي لوسائل التواصل الاجتماعي، وحين يحدث حدث مهم في حياة هذا المُستخدم، فإنه ينظر أولًا فيما إذا كان مناسبًا أن يُشارك الآخرين هذا الحدث عبر الإنترنت أم لا. إنه ينتقي وسيلة التواصل الاجتماعي التي توفر له الخدمات التي يحتاجها، كما أنه يكون حريصًا على أن يستوعب بشكل كامل الخدمة التي تقدمها هذه الوسيلة وسياساتها للخصوصية. بعد ذلك يقوم هذا المُستخدم بنشر رسالته التي صاغها بحرص مع وضع قيود على حرية تداولها باستخدام ضوابط الخصوصية من أجل ألا تظهر رسالته سوى لأولئك الذين لن يُسيئوا فهمها ولن ينشروها بين من يمكن أن يفعلوا ذلك. وهو يضع في اعتباره المخاوف المحتملة لدى الآخرين الذين يجدون أنفسهم جزءًا من منشوراته، كما أنه يُسجل في دفتره ملحوظة عن ضرورة العودة إلى ما نشره بعد مرور فترة من الزمن؛ للتأكد من أن شيئًا لم يُغيَّر على نحو جوهري من حياته أو حياة المحيطين به، مما قد يضع المنشورات السابقة في إطار مختلف وباهت. ومتى قابل هذا المستخدم شخصًا ما، وكان الكشف عن هذا اللقاء أو هذا التفاعل يمكن أن يتسبب في حرج للمستخدم أو إلحاق الأذى به، فإنه يطلب من الطرف أو الأطراف الأخرى عدم نشر أي شيء عن هذا اللقاء في

أية وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، ثم يقوم بعد ذلك بالتأكد من أن طلبه قد احتُرم.

لا ريب في أنه من الواضح أن ثمة استحالة في أن تتصرف على هذا النحو في هذه الأيام، وتحمي نفسك بشكل كامل عند التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، حتى وإن كانت وسائل التواصل الاجتماعي توفر بعض أدوات الخصوصية. إن ما سعيتُ لإلقاء الضوء عليه على مدار صفحات هذا الكتاب هو بعض الأساليب البارعة التي تُستخدم لتشجيع الإفصاح المفرط أو غير المناسب عن الذات أو عن الآخرين، ولِمَ تُغفل الإجراءات الوقائية، أو لماذا تكون غير فعالة أو غير عملية.

عرضت في الفصل الرابع كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تعرف الكثير عن جمهور أي محتوى - سواء كان الجمهور الفعلي أو المحتمل - ولكن من ناحية الكشف عن هذه المعرفة للمستخدمين، فإنها لا تقوم بذلك عادة إلا إذا سعى المستخدم إلى الحصول على هذه المعلومات تحديدًا، ولا تقوم هذه الوسائل بالمبادرة بجعل المستخدمين واعين بجمهورهم. ولأن طبيعة الجمهور وردود أفعالهم لما يُنشر لا تكون متوافرة، فكثيرًا ما يبدو أن المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي يخاطبون عبر منشوراتهم جمهورًا مثاليًّا ومتعاطفًا، ولا يلتفتون للأدلة التي يمكنها دحض هذا الشعور بأن هناك من يدعمهم ويهتم بما سيقولونه. كما أن تعقيد وسائل التحكم في الخصوصية والطبيعة سريعة التغير لهذه الوسائل يجعلان

من الصعب على المستخدمين أن يُتقنوا استعمالها وأن يكونوا واثقين من أن مهاراتهم في هذا الصدد تظل صالحة للتطبيق.

قمت في الفصل السابع بتحليل الطريقة التي تتباين بها وسائل التواصل الاجتماعي من حيث المدى الزمني الذي تَحتَفِظ فيه بما ينشره المستخدمون وسهولة العثور على المنشورات القديمة، كما أشرنا إلى أنه حتى ما يمكن أن يبدو وقد اختفى تمامًا أو يبدو على الأقل مخفيًا - على نحو شبه كامل - عند استعراض واجهة مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؛ قد يكون - مع ذلك - «قابلًا للاستدعاء»، أو يمكن العثور عليه من قِبَل من لهم مصلحة تجارية أو شخصية تبرر تجشمهم لعناء البحث. يمكن أن يكون التنبؤ بأي المنشورات قد يُثير - في نهاية المطاف - المشكلات، أمرًا شديد الصعوبة نظرًا لما يطرأ في المستقبل من تغيرات، كما أن الحجم الفائق للمحتوى الذي يقوم المستخدمون بخلقه عبر الزمن، يجعل من العسير - إن لم يكن من المستحيل - على المرء العودة إلى سجلاته على وسائل التواصل الاجتماعي وتنظيفها. وعلى أي حال، تشير الأدلة أن المستخدمين نادرًا ما ينظرون وراءهم لمشاهدة منشوراتهم القديمة، أو أنهم قد يكونون كارهين لأية محاولة لتعديلها أو حذفها، بسبب النظر إليها بوصفها ذكريات قد تكون ثمينة، حتى وإن لم يستشيروا أحدًا بشأن قيمتها.

وناقشت في الفصل السادس جذور «المجتمع المفتوح» والقُوى التي تعمل على دفعنا نحو المزيد من الخُطى في هذا الاتجاه، واقترحتُ بعض الجذور الفكرية لأيديولوجية الانفتاح، واستعرضتُ كيف تستند

الشركات المسؤولة عن وسائل التواصل الاجتماعي والشركات التقنية التي تعمل معها إلى هذه الأيديولوجيا، وكيف تتبنى خطابًا مُعقدًا لتسويقها ولدعم قوتها الإقناعية عبر القوة السلبية - وإن كانت فعالة - للإعدادات الأصلية، من أجل دفع المستخدمين باتجاه المزيد من الإفصاح عن الذات. وتُشير نظرة عامة على التطورات التقنية على المدى القريب إلى أنه سيصبح من الأيسر بالنسبة إلينا أن نُشارك المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبالنسبة للآخرين (سواء كانوا أفرادًا أو مؤسسات - أو بالأحرى أشياء) أن يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة المعلومات التي تخصنا.

وفي مواجهة سائر هذه الضغوط، لا عجب في أن نستمر في رؤية ما قد يبدو أنه موجة لاعقلانية غامرة من الإفصاح عن الذات والإفصاح عن المعلومات الشخصية للآخرين. ربما كان المدهش هو أن هذا التيار ليس أكثر حدة مما هو عليه. ومع ذلك، من المهم أن نُلاحظ أن قدرًا ما من الإفصاح عن الذات والإفصاح عما يتعلق بحياة الآخرين ليس فقط أمرًا لا مفر منه، بل هو - في واقع الأمر - ضروري لبقائنا على مستوى الحياة اليومية، وبالتالي فاقتراح الإحجام عن مثل هذا الإفصاح عن الذات لن يكون مقبولًا ولا حتى عمليًا في نهاية المطاف.

المنافع الناجمة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

من الجلي أن وسائل التواصل الاجتماعي تُقدم عوائد ذاتية للمستخدم؛ إذ يقترح استعراض للدراسات السيكولوجية عن الموضوع

أن استخدام هذه الوسائل يفي بحاجة المستخدم للانتماء وحاجته إلى أن يُقدم نفسه للآخرين (أو على الأقل يقدم نفسه بوصفه كذلك) (Nadkarni & Hofmann, 2012). ثمة أيضًا العديد من الحجج المقنعة التي تدعم - على نحو معقول - فكرة أن وسائل التواصل الاجتماعي تُحقق منافعَ ملموسة للفرد والمجتمع.

ربما كانت أكثر منافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خضوعًا للدراسة - لاسيما استخدام شبكات التواصل الاجتماعي - هو قدرتها على الحفاظ على رأس المال الاجتماعي للفرد؛ ويتمثل في العلاقات التي تربط الأفراد بالآخرين ممن يمكنهم أن يمدوا يد المساعدة (عند الحاجة). ثمة عرض أكثر تفصيلًا للحجج والأدلة الخاصة بهذا الموضوع (Hampton, Goulet & Purcell, 2011; Steinfield, Ellison, Lampe & Vitak, 2010)، ولكن يُمكننا أن نقول - في عُجالة - إن ثمة ما يُشير إلى أن خدمات شبكات التواصل الاجتماعي تُساعد مستخدميها في الاحتفاظ بأواصر الصداقة مع غيرهم. لا شك في أن القدرة على الاحتفاظ بُعرى التواصل مع الأصدقاء المُقربين وأفراد العائلة أمر مهم، لاسيما من ناحية الحصول على الدعم العاطفي، ولكن المحافظة على هذه العُرى الوثيقة يُحافظ عليها - بشكل عام - بطريقة فعالة عبر أساليب أخرى. كان الأمر الحاسم الذي أضافته شبكات التواصل الاجتماعي هو أنها: «جعلت التفاعلات السطحية ممكنة، حيث تُقلل الإمكانيات التي توفرها من تكلفة الاحتفاظ بسائر العلاقات السطحية التي تكونت عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويعني ذلك أن الاتصالات التي كان مصيرها التلاشي عبر الزمن صار

من الممكن الاحتفاظ بها» (Steinfield et al., 2010, p. 11). وعلاوة على ذلك، وبحسب ما لاحظناه في الفصل السابق، يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي واسعة الانتشار مثل فيسبوك أن تُمثل دفترًا مُحدثًا لعناوين الأصدقاء، حيث يمكن أن تُساعد المستخدم في الاحتفاظ بعلاقاته مع الأشخاص الذين قد تتغير بياناتهم الخاصة بمحل الإقامة وعنوان البريد الإلكتروني وأرقام الهواتف.

قد يكون الأشخاص الذين يرتبط بهم المرء بعلاقة سطحية أقل استعدادًا لتقديم يد المساعدة حين يطلب أحد مساعدتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Stefanone, Kwon & Lackaff, 2011)، ولكن عدد العلاقات السطحية التي يرتبط بها المرء بغيره صار أكبر مما مضى، ونظرًا لأن الخلفيات تكون مشتركة بينك وبين من ترتبط معهم بعلاقات وثيقة، فإن العلاقات السطحية تكون مُهمة حين تسعى للحصول على معلومات جديدة أو نصيحة بشأن مواقف جديدة (مثل البحث عن وظيفة جديدة، على سبيل المثال) (Granovetter, 1973).

وبالنسبة لهذه النقطة، لاحظت بالفعل في الفصل السادس أن المساهمة في وسائل التواصل الاجتماعي آخذة في أن تصير شبه إلزامية في بعض المجموعات، وربما يحدث أيضًا أن يتوقع أرباب الأعمال شيئًا فشيئًا من المُرشحين لتولي وظائف لديهم أن يكون لهم ظهور على وسائل التواصل الاجتماعي. يُسجل مارويك هذه النقطة على النحو التالي:

«قرر أورين هوفمان Auren Hoffman، رئيس مجلس إدارة شركة رابليف Rapleaf ذات السمعة الطيبة في مجال الإدارة في المقابلة التي أجريناها معه: «إذا ما كنت رب عمل، وتقدَّم أحدهم للعمل لديك، ولم يكن له أي ظهور على وسائل التواصل الاجتماعي، وكان هذا الشخص بالغًا من العمر 23 سنة، فإنك ستظن أنه مُفجِّر قنابل. سيكون أمرًا مريعًا أن تقابل هذا الشخص من دون ارتداء واقٍ للرصاص. إنني لا أعلم حتى إذا ما كان هذا الشخص له وجود أم لا».

(A. Marwick, 2013)

من ناحية أخرى، كشفت دراسة مسحية عن أن حوالي نصف المسؤولين بإدارات الموارد البشرية بالولايات المتحدة يقولون: «إن السمعة الطيبة على الإنترنت تؤثر في قراراتهم إلى حد بعيد» (cross-tab, 2010, p. 3).

أحد الجوانب المتصلة بالحفاظ على العلاقات السطحية، والاطلاع على «المحتوى الخاص بالمستخدم» (في بعض وسائل التواصل الاجتماعي)؛ هو احتمال زيادة مساحة تعرض الأفراد لوجهات النظر المختلفة وتشجيع المزيد من المشاركة السياسية والاجتماعية (Valenzuela, Park & Kee, 2008; Zhang, Johnson, Seltzer & Bichard, 2010). وربما تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي مدى أوسع من تبادل الآراء في السجالات السياسية والثقافية؛ لأن الأطراف المعنية لم تعُد بحاجة إلى جذب اهتمام وسائل الإعلام الكبرى من أجل الوصول إلى جمهور

كبير (Beckett, 2008)؛ على الرغم من أنه من الناحية الفعلية، تكون النخبة المتميزة - في الأغلب - هي الأكثر استخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعي والأوسع تأثيرًا عبر هذه الوسائل (Brake, 2013a, 2013b). كذلك وجه الباحثون المزيد من الاهتمام نحو نفع وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لمهام التنسيق والترويج للاتجاهات السياسية والاجتماعية، لاسيما بعد الربيع العربي (Farrell, 2012).

إن شبكات التواصل الاجتماعي لا تسمح للمستخدمين بالحفاظ على الروابط الضعيفة مع الأشخاص الذين يقابلونهم خارج نطاق الشبكة فحسب، بل إنها تُمكِّن المستخدمين أيضًا من العثور على الآخرين الذين يُشاركونهم الاهتمامات أو السمات. فعادة لا يلجأ المستخدمون إلى شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تكوين صداقات جديدة، ولكن تقترح الأبحاث التي تناولت المنافع المحتملة للمجتمعات الافتراضية أنه يُمكن للأفراد الذين تلحق بهوياتهم «وصمة عار» - مثل مثليو الهوية الجنسية والمتحولون وثنائيو التوجه الجنسي LBGT في المجتمعات التي لا تقبل وجودهم - الاستفادة من القدرة على العثور على آخرين في مواقف مماثلة، وتبادل المعلومات معهم والحصول على الدعم النفسي (Gudelunas, 2012; McKenna & Bargh, 1998)[1].

كثيرًا ما يُنظر إلى المساهمة في وسائل التواصل الاجتماعي في إطار أنها «جعجعة بلا طحن»؛ لكونها قائمة على تبادل المحتوى التافه للحفاظ على الروابط (Miller, 2008)، ولا ريب في أن ذلك

صحيح بالنسبة للكثير من محتوى وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، وبحسب ما لاحظناه سابقًا، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يُمكن أن يتم أيضًا لأغراض التواصل السياسي، وكثيرًا ما يبدو أن الدراسات التي تتناول وسائل التواصل الاجتماعي تغفل عن أن المساهمة في وسائل التواصل الاجتماعي - بالنسبة للكثيرين تُمثل متنفسًا إبداعيًّا مهمًّا - حيث يستمتعون بتحويل المادة الخام لتفاعلاتهم في الحياة اليومية إلى شكل من أشكال الفن. قد يتم ذلك عبر رواية القصص، أو إعادة تركيب محتوى إبداعي منشور أو مشاركة الصور ذات الطبيعة الفنية أو الوثائقية. وفي واقع الأمر - ووفقًا للملاحظة التي أبديناها في الفصل الرابع - فقد وجدت من خلال عملي الميداني مع المدونين أن الرضا الناجم عن الدافع الإبداعي بالنسبة للبعض كان أكثر أهمية من التواصل بشأن أحداث معينة في حياتهم.

يُشير جاونتليت Gauntlett في كتابه «الهدف هو التواصل» Making is Connecting إلى ثلاثة أسباب رئيسة تُفسر لم ينبغي أن يتم الاحتفاء بالإبداع الذي يتخذ من الحياة اليومية موضوعًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتشجيعه. يؤكد جاونتليت أن هذا التعبير الإبداعي مناسب تمامًا لتحقيق السعادة الشخصية، حيث إن العلاقات التي تُعزز بين الأفراد في الجماعات غير الرسمية - مثل تلك التي تتحلق حول الممارسات الإبداعية - تبني رأسَ مالٍ اجتماعيًا يمكن للمجتمع أن ينتفع به، وعبر استخدام الوسائل التي تُمكن الفرد من الإبداع،

تكون مساعدة الأفراد في «تشكيل حياتهم الخاصة وتحديد سماتها» (Gauntlett, 2011, p. 169).

تحقيق التوازن الأمثل

أحيانًا ما تتلخص ردود أفعال البعض - لاسيما الأبوين والمعلمين - إزاء المخاطر التي تكتنف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي - ببساطة في محاولة منع أو إعاقة استخدام هذه الوسائل بالكامل، أو مراقبة الاستخدام ومعاقبة الاستخدام غير الملائم أو غير الحكيم، فقد كشفت دراسة أمريكية عن أن نصف المدارس في المناطق التعليمية التي خضعت للدراسة قد حظرت الدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي (National School Boards Association, 2007). قد يكون ثمة أسباب براجماتية سليمة لحظر الدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي من المدارس وأماكن العمل؛ لضمان أن الطلاب والعاملين يُركزون انتباههم على المهام المُكلفين بها، ولكن لدي ثلاثة أسباب رئيسة تدعوني للتنبيه أن حظر وسائل التواصل الاجتماعي لمجرد الحد من أثرها السلبي على المستخدمين أمر يجانبه الصواب. أولًا: ووفقًا لما لاحظناه سابقًا، ثمة طائفة متنوعة من الفوائد المهمة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وبحسب حُجة بويد القوية؛ فإن «منع المراهقين من المشاركة في شبكات التواصل العامة، يخلق انفصالًا، سواء بين البالغين والمراهقين، أو بين المراهقين الذين يُسمح لهم بالمشاركة، وأولئك الذين لا يُسمح لهم بالمشاركة

أيضًا» (d. boyd, 2008b, p. 137). كما ذهبت أنا وليفينجستون إلى أن ميثاق الأمم المتحدة لحقوق الطفل يكفُل حرية التعبير والتجمع، وربما تكون المساهمة في وسائل التواصل الاجتماعي الآن أسلوبًا مهمًّا يمكن ممارسة هذه الحرية عبره (Livingstone & Brake, 2009). ثانيًا: لا يُمكن للأبوين والمعلمين أن يقوموا بدور فعال في مساعدة الأطفال والناشئة في تعلم الأسلوب الأمثل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إذا كان هؤلاء الصغار يرون أنهم يسعون إلى منع هذا الاستخدام على نحو كامل. وفي دراسة أُجريت في الاتحاد الأوروبي، لم يُقرر سوى نصف عدد الأطفال الذين شملتهم تلك الدراسة أن معلميهم قد تحدثوا إليهم - بشكل عام - عن التفاعلات عبر الإنترنت، أو اقترحوا أساليبَ للتعامل مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Livingstone, Haddon, Gorzik & Olafsson, 2011,p.36).

وفي النهاية، وفي إطار ما سبق، وبالنظر إلى الانتشار الواسع للأدوات المتاحة لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في معظم البلاد المتقدمة، فإنه من المُستبعد أن تنجح محاولات المنع؛ وفي مقابل ذلك، ثمة مخاطرة في أن صغار السن قد يشعرون بعدم القدرة على اللجوء إلى الأبوين والمعلمين حين تواجههم المشكلات المتعلقة بهذا الاستخدام. توجد أقلية لها وزنها من صغار السن يتهربون بالفعل من الضوابط الموجودة (Livingstone, Olafsson & Staksrud, 2011; Madden et al., 2013, p. 76)، كما توجد أدلة بالفعل على أن بعض صغار السن قد يشعرون أنه ليس لديهم من يلجأون إليه حين تواجههم

المشكلات المتصلة باستخدام الإنترنت، فقد كشفت الدراسة المسحية نفسها التي أجريت في الاتحاد الأوروبي عن أن الأطفال حين يتلقون - عبر الإنترنت - رسائل ذات محتوى جنسي يُسبب لهم الانزعاج، فإن 40% منهم لا يتحدثون عن ذلك إلى أي شخص (Livingstone, Haddon, Gorzik et al., 2011, p. 33).

وإذا لم يكن من الممكن - أو لا ينبغي - لنا أن نضع العراقيل في سبيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر حظر هذا الاستخدام مثلًا، فإننا بحاجة إلى التركيز على تحقيق توازن مقبول بين المخاطر والفُرص، مُدركين - كما يقترح ليفينجستون وهيلسبر - أنه لا يمكنك أن تفتح آفاق الفرص في العالم الرقمي من دون تعريض المستخدم لمستوى ما من المخاطرة (Livingstone & Helsper, 2010). وفي هذه الحالة، ومع تغير الممارسات التقنية والاجتماعية وتطورها، يتعين علينا - في المقابل - أن نتبنى المسار الذي يدعوه توفكي Tufekci بـ «تعظيم الخصوصية privacy optimization» (2008, p 35). فكيف يُمكن تحقيق ذلك؟

على المستوى الفردي، لا مناص من توفير قدر أكبر من التوعية الرقمية، إلا أن ذلك غير كاف. إنني أقترح أيضًا إدخال الشركات المسؤولة عن مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين واجهات المستخدم الخاصة بها، وضبط ممارستها، الأمر الذي يُرجح أن يكون ذا أهمية حاسمة؛ نظرًا لأن المستخدمين قد يجدون أنفسهم يُكافحون من دون

مساعدة أحد – لأسباب ذكرناها في هذا الكتاب – من أجل «القيام بالاختيار السليم» في البيئة المحيطة.

التعليم

حين تُفكر الحكومات (والمدارس، التي كثيرًا ما تُحدد سياساتها الحكومات) في العلاقة بين التعليم ووسائل التواصل الاجتماعي، فإن انتباههم يتركز – في الأغلب – على مدى ضيِّق من الموضوعات التي تندرج تحت مظلة «قواعد السلامة في استعمال الإنترنت» (انظر على سبيل المثال: /http://www.thinkuknow.co.uk و http://www.fbi.gov/fungames/kids/kids-safety)؛ إذ يبدو أن اهتمامهم الرئيس هو حماية صغار السن من متصيدي الضحايا للاعتداء الجنسي، عبر محاولة التأكد من أنهم لا يشاركون معلومات شخصية مُحدِّدَة للهوية عبر الإنترنت (وهو المسعى الذي تتزايد احتمالات فشله بالنظر إلى الاستخدام واسع الانتشار لشبكات التواصل الاجتماعي وإصرار هذه المواقع على الكشف عن «الهويات الحقيقية»). ووفقًا لما أوجزته في الفصل الثاني، فمع اعترافنا بوجود متصيدي الضحايا للاعتداء الجنسي، وأن من المهم – بلا شك أن نحاول منع ذلك، ويتعين على الحكومات أن تُفكر على نحو أكثر عمقًا في احتمالات حدوث المخاطر المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي، ومن يكون عُرضة لهذه المخاطر.

وبدلًا من التركيز على «السلامة في استعمال الإنترنت»، يتعين على الحكومات أن تسعى لغرس «وعي رقمي» ناقد واسع المدى

(Livingstone, 2003)، من خلال التعليم، بدءًا من التعليم الابتدائي وصولًا إلى الجامعي. لن يركز هذا الاتجاه على منع الأذى فحسب، ولكنه سيسعى أيضًا إلى تعظيم المنافع والتدريب على الاستيعاب الناقد للسياقات التجارية والمؤسساتية التي يحدث فيها التواصل الرقمي. إن من يقومون بتدريس مقررات في الصحافة وما يتصل بها من ميادين (وبالتالي، أولئك الذين يصنعون معايير السلوك في المؤسسات الصحفية)، يتحملون مسئوولية محددة لتشجيع من يُريدون امتهان الصحافة على التفكير الدقيق - ليس فقط بالنسبة لـ«العلانية» الفعلية لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي الذي يُفكرون في إعادة نشره أو التعليق عليه، ولكن أيضًا بالنسبة للجمهور الذي يستهدفونه. إن الانتشار واسع النطاق لاستخدام الصحفيين للمحتوى الذي كان يُقصد به أن يكون خاصًّا، ولكن نُشر للعموم سهوًا لا يُمكن إلا أن يكون ذا أثر ضار على احترام عامة الناس للخصوصية الفردية.

وبخلاف بيئة المدرسة، يتعين على المكتبات وهيئات التوظيف الحكومية جنبًا إلى جنب المؤسسات الإعلامية العامة أن تُقدم للأفراد من كل الأعمار (ولا سيما الآباء، من دون الاقتصار عليهم)، النصح والتوجيه لمعاونتهم وتشجيعهم على التفكير في عواقب استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، والصورة التي يتخذها هذا الاستخدام، كجزء من وعي ناقد أعم بدور وسائل الإعلام في المجتمع، ولا يجب أن تُركز هذه الجهود على الوقاية فقط، نظرًا للمنافع المحتملة التي أوجزناها آنفًا، بل إنه من الملاحظ أن نسبة كبار السن الذين يستخدمون

وسائل التواصل الاجتماعي لا يُمثلون نسبتهم العادلة من توزيع السكان، وعلى سبيل المثال، نجد أن 74% ممن تخطوا سن الخامسة والستين في الولايات المتحدة لم يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي منذ سبتمبر 2013 (Brenner, 2013; Pew Internet & American Life Project, n.d.–b). لا تُقدم وسائل التواصل الاجتماعي للمسنين فقط وسيلة محتملة للحفاظ على الروابط التي قد تزول بفعل القدرة المحدودة على الحركة، ولكن يُمكن أيضًا للاستخدام الملائم لوسائل التواصل الاجتماعي أن يوفر فرصًا جديدة للإبداع والتعبير عن الآراء.

كما يتعين على الآباء أن يتحينوا الفرص لتوجيه الأطفال مع إعطاء حرية الحركة لهم كي يتعلموا بدلًا من مراقبتهم، وحظر دخولهم إلى المواقع، ومعاقبتهم إن أخطأوا.

دور وسائل التواصل الاجتماعي

وفقًا لما ناقشته في الفصل السادس بشأن حماية الخصوصية، تُقدم مواقع التواصل الاجتماعي - بشكل عام - لمستخدميها إمكانية التحكم فيما يشاركونه، ولكن من الناحية العملية، ومع أنه يكون لدى هذه المواقع تقدير سليم للغاية لطبيعة جمهور أي محتوى، إلا أنها لا تستخدم هذه المعرفة لمساعدة المستخدمين في حُسن تصور جمهورهم. يتسبب ذلك في التقليل من أهمية الحاجة إلى استخدام الضوابط، مما يُشجع المستخدمين في النشر بدون خوف (وبالتالي زيادة حركة تداول البيانات وزيادة أرباح هذه المواقع)، ولكنه يخلق

مواقف تتزايد فيها احتمالات حدوث الأذى. وفي الوقت نفسه، تستمر هذه المواقع في تشجيع المزيد من المشاركة الأوسع نطاقًا عبر الرسائل الإعلانية وواجهات المستخدمين.

لا تعاني الدراسات الأكاديمية من قصور في مقترحات العلاج التقني المتاح، وإذا ما تعاملت الشركات المُقدمة لخدمات التواصل الاجتماعي مع الأضرار المحتملة على سعادة وسمعة المستخدمين بالقدر نفسه من الجدية الذي تتعامل به مع تداول الصور الخاضعة لحقوق الملكية، أو المواد الإباحية للأطفال مثلًا، فلابد من أن تحدث تحسينات درامية. وإليك القليل من الأفكار التي يُمكن لهذه الشركات أن تنفذها، ويبدو أنها «تنأى» بمستخدمي مواقعها عن الممارسات الضارة المحتملة.

الجمهور

يمكن للمستخدمين أن يتجنبوا الكثير من المشكلات التي تقابلهم عند التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي إذا كان لديهم تصور أفضل عن جمهورهم (وعن الجمهور المستهدف لمنشورات الآخرين)، وفق الإعدادات الأصلية، وإذا ما كانت البرمجيات تتضمن بعض التوجيه الخاضع للخوارزميات، والموجِّه للمستخدمين.

تُقدم الكثير من خدمات وسائل التواصل الاجتماعي خيارات مناسبة للخصوصية، فإما أن تكون سائر منشوراتهم مُتاحة لجميع مستخدمي الإنترنت، وإما أن تكون محدودة بقائمة مُحددة مسبقًا

من «الأصدقاء»، الذين ينبغي أن يكونوا جميعًا مستخدمين أيضًا للخدمة نفسها. تمنح القدرة على تصنيف «الأصدقاء» واختيار مستوى الخصوصية على نحو فردي لكل منشور (كما تمنح خدمات فيسبوك Google+) للمستخدمين قدرًا أكبر من التحكم، وتمكنهم من تجنب مواقف كالتي تُقابل مستخدمي تويتر حين تكون مساهماتهم موجهة - بالأساس - لعموم المستخدمين، ولكن يُستدرجوا من وقت لآخر للحديث في موضوعات خاصة.

وبالنسبة للخدمات التي تسمح بالمزيد من التحكم التفصيلي في الخصوصية، تتوافر للمستخدم حين يشرع في النشر معلومات حول كل من حجم وطبيعة الجمهور بشكل قد يكون أكثر وضوحًا. وعلى سبيل المثال، يُمكن أن يُمنح أي منشور ستقوم بنشره لعموم المستخدمين خلفية وردية اللون أو إطارًا باللون نفسه لمربع النشر، ويتغير اللون إلى الأصفر للمنشورات التي يصل عدد قرائها إلى خمسين صديقًا (أو ما يُقارب هذا العدد)، ويصير اللون أخضر مع الأعداد الأقل من ذلك؛ وبالمثل يمكن إعطاء لون محدد للمنشورات التي سيكون من ضمن جمهورها الأبوين، أو رب العمل، أو شريك الحياة (حتى وإن قُدِّمت هذه الخصائص في صورة خيارات).

لقد أُجريت العديد من الدراسات عن إغفال عرض معلومات ذات طبيعة حساسة على شبكة الإنترنت، فقام الباحثون - ببساطة - بالبحث عن مصادر للمواد الكحولية والعقاقير المحظورة وغير ذلك

من المواد ذات الطبيعة المشابهة (Bohnert & Ross, 2010; Hinduja & Patching, 2008; Nielsen BuzzMetrics, 2007;Wang et al., 2011). وبغرض تلافي بعض الأضرار المحتملة الأكثر بروزًا، ربما تقوم إدارات وسائل التواصل الاجتماعي بأنفسها بعمل فحص آلي للمحتوى قبل نشره، وإذا ما ورد بالمحتوى ذِكر عبارات مُحددة، يُحذر صاحبه على أساس أنه قد يكون على وشك نشر محتوى يُسبب له المتاعب. لا ريب في أن بعض هذه التحذيرات قد يكون غير دقيق، ولكن ما دام الموقع لا يمنع المستخدمين من نشر المحتوى الذي يتعلق به التحذير، وكان من الممكن إيقاف هذه التحذيرات بحسب رغبة المستخدم، فإن هذه الوسيلة قد تُمثل وسيلة مساعدة مفيدة.

وختًاما، وبهدف الحد من الضرر الناجم عن نشر معلومات من قِبل طرف ثالث أو عن التداول الضار للمحتوى، يُمكن للمستخدمين الذين لا يرغبون في أن يظهروا في صور الآخرين (أو لا يريدون ظهور صور أطفالهم) أن يطلبوا - في حالة توافر الدقة الكافية في برمجيات تحديد الوجوه - تَلَقِّي إشعار في حالة نشر الآخرين لصور تشملهم، حتى في حالة ما إذا لم يُنوَّه عن هذه الصور tagged، وبالتالي لا تكون مرتبطة بصفحاتهم على نحو صريح. لقد شرع الباحثون بالفعل في العمل على تطوير تقنيات «للتعرف على الأماكن الخاصة كدورات المياه وغرف النوم، وبالتالي تُبرمج أجهزة المراقبة على عدم العمل داخل هذه الأماكن (Templeman, Korayem, Crandall & Kapadiay, 2014). وبالمثل، يُمكن تمكين المستخدمين من أن يطلبوا ظهور رسالة تسمح

لهم بالموافقة أو الرفض في حالة إذا ما قام أحد أصدقائهم بذكر أسمائهم في منشور ما، وعلاوة على كل ما سبق، وعلى الرغم من أن تمكين قُراء المنشور من الوعي بطبيعة الجمهور المسموح له بقراءة هذا المنشور قد ينتهك الخصوصية، فإنه قد يُساعد الأفراد في الحكم على إذا ما كان ما يقرؤونه يستهدف جمهورًا كبيرًا أم لا، أن يروا تلميحًا بصريًا يخبرهم بالعدد التقريبي للجمهور المُستهدف من منشور ما (ربما باستخدام نظام الرموز اللونية الذي اقترحناه أعلاه).

الزمن

يُمكن لمدى الاحتفاظ بمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي أن يتباين تباينًا واسعًا، على نحو ما ذكرنا في الفصل الخامس. وبرغم ذلك، يمكن المطالبة بإتاحة ضوابط أفضل للتحكم بـ «التذكر» الرقمي - ولا سيما حين تكون المنشورات عامة وربما تظل مرئية لفترة زمنية طويلة.

ويمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تطلب - وفق الإعدادات الأصلية - أن تُطهَّر سجلات حفظ المنشورات بشكل آلي من محركات البحث بعد مُضي مدة محددة، إلا إذا طلب مالك هذه البيانات خلاف ذلك، كما يُمكن لهذه المواقع أن توفر لمستخدميها أدوات تُيسر لهم مهمة إخفاء أعداد كبيرة من منشوراتهم في وقت واحد باستخدام

معايير مُحددة (مثل تاريخ النشر أو كلمات مفتاحية مُحددة). لقد خصص ماير شونبرجر جزءًا كبيرًا من كتابه «احذف Delete» لمناقشة الأساليب الممكنة لعلاج المشكلات التي يُسببها التذكر الرقمي (Mayer-Schonberger, 2009).

القواعد المُنظمة

كما في حالة أي شيء سيزيد من «الجدل» بشأن المشاركة، يُرجح أن يتساءل مقدمو خدمات التواصل الاجتماعي - بادئ ذي بدء - عن مدى الحاجة إلى مثل هذه الإجراءات، وربما يكونون كارهين لتنفيذ أي شيء من قبيل ما ذكرته. وعلى أي حال، فإن مقدمي خدمات التواصل الاجتماعي هم الأقدر على تحديد أي الإجراءات يمكن أن يكون ممكنًا من الناحية التقنية مع تميزه بالفاعلية. ومع ذلك، ثمة دور ينبغي على الحكومات، والمعلمين، وعموم الناس الاضطلاع به لإقناع مُقدمي خدمات التواصل الاجتماعي بالتصرف على نحو أكثر تحليًا بالمسؤولية. وبحسب ما عرضنا له في الفصل السادس، تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بقدر كبير من السطوة على مستخدميها، سواء كان ذلك يروقهم أم لا، وكما أن لنا الحق في وضع القواعد المُنظمة لعمل وسائل الإعلام نظرًا لأن الإعلام المُنضبط يُمثل مصلحة عامة، فكذلك ينبغي أن نتمتع بالحق في تنظيم عمل وسائل التواصل الاجتماعي؛ ليس من أجل كبت حرية التعبير، ولكن من أجل تمكين المستخدمين من اتخاذ قراراتهم على نحو أفضل.

قد يكون أحد أساليب حمل الشركات الكبرى المُقدمة لوسائل التواصل الاجتماعي على الاضطلاع بمسؤولياتها هو استخدام الدراسات المسحية لقياس مدى تعرض المستخدمين في إحدى هذه الخدمات لنوع ما من المتاعب الناتجة عن الإفصاح سهوًا عن محتوى ما وأيضًا (وعلى القدر نفسه من الأهمية) قياس مدى تعرُّض قراء منشورات هذه الخدمة لمواد ذات طبيعة حساسة يعتقدون أن أصحابها لم يكونوا يُريدون لهم رؤيتها. يُمكن بعد ذلك تحديد معايير لهذه المواقع للحد من الأضرار المحتملة وفق أنسب الأساليب المُتاحة لذلك.

ومن ناحية أخرى، توجد براهين كافية على أن الحكومات والجهات الحكومية - ويشمل ذلك على وجه الخصوص الأنظمة الشمولية وإن كان لا يقتصر عليها - قد تتعرض لإغواء استغلال سلطتها التجارية أو القانونية على مُقدمي خدمات التواصل الاجتماعي. ويتعين على عموم الناس والسياسيين المنوط بهم المراقبة الحكومية أن يكونوا حذرين، ويسعون للتأكد من أن هذا الاستخدام نسبيًا قدر الإمكان. وفي البلاد التي تقمع أصوات مواطنيها، ينبغي على وسائل التواصل الاجتماعي أن تتصرف على نحو مسؤول، وأن ترفض طلبات الكشف عن البيانات لحساب الجهات التي يُرجح أن تُسيئ استخدامها، أو تُفصح - على الأقل - عن مثل هذه الطلبات، أو تقوم بالأمرين معًا. تبدو الجماعات التي تعمل مع جوجل، ومايكروسوفت، وياهو، وفيسبوك من قبيل المبادرة الدولية للشبكة العنكبوتية (http://www.globalnetworkinitiative.org/) ، خطوة أولى مفيدة.

الحاجة إلى الأبحاث

على الرغم مما شهدته السنوات القليلة السابقة من ظهور مجموعة لا بأس بها من الباحثين الدوليين متعددي التخصصات، المُتخصصين في أبحاث الإنترنت، فما يزال لدينا بعض الفجوات المهمة في فهمنا لوسائل التواصل الاجتماعي. تتمثل أوسع هذه الفجوات في معرفتنا بمستخدمي الإنترنت الأكبر سنًّا من طلاب الجامعة، فنظرًا لأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كان يُعد - حتى وقت قريب - مجالًا خاصًّا بالشباب، ولأن طلاب الجامعات يكونون مصدرًا يَسهُل على الباحثين الوصول إليه، فإننا نعرف عن استخدام طلاب الجامعات للإنترنت أكثر مما نعرف عن أي فئة أخرى. وحسبما لاحظنا في الفصل الخامس، تُقدم لنا الدراسات المسحية ما يؤكد على أن استخدام الأفراد للإنترنت ينحو للتغير عبر مراحل العمر المختلفة. إننا لا نملك معرفة كافية عن اتجاهات الأفراد متوسطي العمر وكبار السن - مثلًا - تجاه وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك تزجد حاجة للقيام بالمزيد من الأبحاث المُكمّمَة في هذا المضمار. أحد المجالات الأخرى التي يبدو أنها تعاني من نقص واضح في الأبحاث هو اتجاه مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بوصفه قارئًا، إلى أي مدى تكون مصادفة مادة عن آخرين لم يقصدوا أن تراها مهمة إذا ما كانت تُعدُّ دافعية معترفًا بها في استهلاك وسائل التواصل الاجتماعي؟

وإلى أي مدى يحاول الأفراد الانخراط في سجالات عبر الإنترنت من خلال إعادة النشر المتعمدة للمحتويات المُشينة، ولِمَ يفعلون ذلك؟ وإلى أي مدى ووِفقَ أي ظروف ينزع مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي للتسامح مع المعلومات المُشينة عن الآخرين التي يصادفونها على الانترنت، أو يتجاهلونها؟ وهل تختلف هذه الاتجاهات من فئة عمرية إلى أخرى أو في نهايات مراحل الحياة المختلفة؟ ما هذا سوى غيض من فيض من الأسئلة الكُبرى التي ستساعد في إنارة سبيلنا لفهم طبيعة التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولكنها تظل - بشكل عام - بلا إجابة.

أين أقف؟

إنني أعتقد أنه في غياب مصلحة عامة جوهرية، يجب على كل طرف - سواء كان مواطنًا أو صحفيًّا أو هيئة عامة - أن يكون واعيًا بحق الآخرين في التمتع بخصوصيتهم، وفقًا لفهمهم الخاص لمعنى الخصوصية، والذي قد يكون أضيق مدى مما نتصور؛ لذا يتعين علينا دائمًا أن نكون واعين بأن المحتوى الذي نُشْرِك فيه الآخرين عن أنفسنا قد يتضمن أشخاصًا آخرين. كما لا ينبغي علينا أبدًا أن نفترض أن قيام البعض بنشر محتوى ما على الإنترنت «بدون حماية»، يعني أنهم سيكونون - بالتالي - سعداء بأن يطلع الجميع عليه. وبالنظر إلى المدى المحتمل للذاكرة الرقمية، وتزايد مساحات الإفصاح الرقمي، فلا ريب في أننا سنجد - على نحو متزايد - أدلة على حماقات البعض

في الماضي وأفعالهم المشينة. ومع أنه يتعين على كل فرد أن يتحمل مسؤوليته عن أفعاله، فإننا سنشهد أيضًا تزايد الدعوات للتسامح مع حماقات الماضي أو التغاضي عنها. ولكن إذا ما استمر عموم الناس، واستمرت الصحافة في التحدث بالنيابة عنهم، في السعي خلف التأكد من الاستقامة الأخلاقية الكاملة والغياب التام للنفاق لدى السياسيين والقادة، فلسوف نجد أن الجميع قد صاروا يُحجمون عن خوض غمار الحياة العامة. وإذا ما كان ثمة أمر يتعين علينا أن نتعلمه للتكيف مع ذاكرة أوسع مدى وأكثر اكتمالًا، فهو أننا جميعًا يمكن أن نتغير ونزداد نُضجًا.

الحاجة إلى سجال أوسع مدى

تنزع مناقشة تداعيات تزايد انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ولاسيما التبعات السلبية، إما إلى أن تكون أخلاقية («الجيل الحالي من الشباب لا يشعُر بالخجل»)، أو أن تكون جبرية fatalistic («سُرعان ما لن يكون لدى أي فرد فرصة للاستمتاع بخصوصيته بسبب فيسبوك»). باعتقادي أن لا جدوى من كلا الاتجاهين، فمن المؤكد أننا بحاجة إلى إدراك مسؤولية الأفراد لحماية خصوصية الآخرين، إلا أنه لا ينبغي أن نفترض أن الإفصاح عن المعلومات التي تخُص الفرد أو الآخرين نتاج لغياب الخجل أو للإهمال بالنظر إلى الصعوبات التي صارت مواجهتها أمرًا حتميًّا عند الانخراط في بيئة جديدة للتفاعل الاجتماعي، كما نحتاج - بالقدر نفسه - إلى عدم الإذعان لحتمية تقبُّل

الحد الأقصى من الإفصاح عن المعلومات الشخصية والذي يبدو أن تقنية وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي يدفعاننا باتجاهه. ومع أنه من الصعب أن نرفض التقنية بشكل كامل، إلا أنه بوسع الحكومات أن تعمل على تنظيم نموها واستخدامها، وتحديد إذا ما كان باستطاعتنا الحوار، ومن ثم الاتفاق (أو الاتفاق على عدم الاتفاق) على معايير للتفاعل الاجتماعي. ويمكننا أن نأخذ في اعتبارنا الإمكانيات التقنية الجديدة، ولكن مع الانتباه إلى تبعات استخدام هذه الإمكانيات، كما يُمكننا أن نتفق على قيود تُحقق مصالح مجتمع أكثر تناغمًا. لقد حان الوقت لإقامة حوار شامل بشأن هذه القضايا، فهو الوقت الذي تجعلنا فيه حداثةُ العهد بهذه التقنيات والخدمات واعين بها. وبخلاف ذلك، سنكون مثل تلك الضفدعة الموجودة في قِدر الماء، ولن نلاحظ أننا نُطهى إلى أن يكون وقت الهرب قد فات.

وإذا ما تفاقمت الأمور، يمكنني أن أتنبأ بمسارين مُستقبليين. في المسار الأول، نعلم جميعًا الكثير عما اعتدنا على النظر إليه بوصفه خاصًّا في حياة الأشخاص المُحيطين بنا، وستعطينا هذه المعرفة فهمًا أفضل للقيم والخبرات المُغايرة لدى الآخرين؛ ونتيجة لذلك سنصير أكثر تحفظًا في الحُكم على الآخرين، وأكثر قبولًا للكشف عن حماقاتنا. وفي المسار الثاني، لا تؤدي زيادة معرفة ما كان يُعد خاصًّا بالنسبة لكل فرد إلى قدر أكبر من التسامح؛ إذ سيؤدي ذلك بنا - على العكس - إلى حالة غير مُريحة من التوازن الجديد نصير فيها مُجبرين بدءًا من فترات مبكرة من حياتنا على تعريف أنفسنا بطريقة مقبولة

اجتماعيًا، وعلى أن نتصرف في جميع المواقف - باستثناء المواقف الأكثر خصوصية - وفق أسلوب لا يستهجنه أي الأشخاص المهمين لنا أو ممن لهم سلطة علينا. أود أن أصدق أن يكون المسار الأول هو مستقبلنا، ولكني أخشى أن يكون المسار الثاني أكثر واقعية، وحتى في حالة إذا ما تعلمنا أن نعيش في مجتمع منفتح على نحو جذري، فإن المسار الذي سنتخذه من الحاضر وصولًا إلى هذا المستقبل المأمول يبدو عاصفًا؛ لذا فمن الأفضل أن نجد أساليبَ لإبطاء سُرعة مسيرة «التقدم» باتجاه الانفتاح الجذري حتى يُتاح لنا الوقت اللازم للتكيف، أو على الأقل أن نسير بأعين يقظة.

ملحق منهجي

كان العمل الميداني الذي استشهدت به في هذا الكتاب عن المدونين جزءًا من أطروحتي لنيل درجة الدكتوراه (2009). سعيتُ في هذا البحث لفهم التدوين بوصفه ممارسة اجتماعية، ومن ثم ترتكز - في المقام الأول - على المقابلات مع المدونين أنفسهم وليس على تحليل لنصوصهم. ووفقًا لما لاحظته في الفصل الختامي، فإنني مهتم بمسألة نزوع البحث في ممارسات التواصل الاجتماعي إلى التركيز على صغار السن وطلبة الجامعات؛ لذا تعمدتُ أن تكون مقابلاتي متنوعة قدر الإمكان في إطار المُحددات اللوجيستية.

استُخدم جوجل للعثور على المدونات الأحدث من حيث المحتوى باستخدام بلوجر، ولايف جورنال، والتي صُنِّفت بأن أصحابها من لندن في المملكة المتحدة (لتيسير التواصل معهم وجهًا لوجه)، والتي قدمت أيضًا معلومات شخصية كانت متاحة لأي مستخدم للإنترنت (نظرًا لأن اتجاهات المستخدمين نحو الجمهور المحتمل كانت جزءًا من الدراسة). تسعى محركات البحث إلى ترتيب أولويات نتائجها باستخدام معايير «الارتباط» التي تنزع إلى وضع المواقع الأكثر

شهرة في مقدمة نتائج البحث؛ لذا قمت باستبعاد أول 200 نتيجة من نتائج البحث في محاولة لتقديم عينة من المدونات الأكثر نمطية. أُرسل استبيان عبر البريد الإلكتروني إلى 237 من المدونين، من أجل طلب مقابلتهم بشكل شخصي، ومن أجل تقديم معلومات سكانية تساعد على انتقاء من سيخضعون للمقابلة الشخصية. اختيرت عينة قصدية (Chadwick, Bahr & Albrecht, 1984, pp. 65–66) من بين 150 مدونًا استجابوا للاستبيان، في محاولة لزيادة التنوع لمن شاركوا في المقابلات، فقد دُعي 75 مدونًا للمقابلة، وأُجريت 23 مقابلة من بينهم. استخدمنا في تحديد عينة هذه الدراسة المعلومات السكانية التي جُمعت من أجل التأكد من مدى الأعمار (تراوحت ما بين 16 إلى 64 سنة)، والخلفيات التعليمية، والطبقة الاجتماعية التي أقر المدون بانتمائه إليها، والوظائف وحجم الجمهور المُتَصوَّر لدى من قوبلوا.[1] تحدَّد عدد المدونين الذين قُوبلوا - بشكل جزئي - عبر القناعة التي تكونت لدينا أثناء العمل الميداني بالوصول إلى نقطة التشبع، واستنادًا إلى تأكيد بوير وجازكيل (Bauer & Gaskell, 2000, p. 43) بأن الحد الأقصى لما يمكن أن يقوم باحث واحد بتحليله - على نحو كافٍ - من بيانات المقابلات الشخصية يتراوح ما بين 15 إلى 25 مقابلة.

أجريت في الفترة الممتدة ما بين شهري يوليو وسبتمبر 2005 مقابلات شخصية مباشرة نصف مُهيكلة، استمر كل منها ما بين 60 إلى 90 دقيقة.

كان ثمة قدر لا بأس به من المعلومات السياقية متاحًا عن ممارسات كل مدون واستُنِد إليها عند مقابلة كل منهم. وعلى الرغم من عدم تحليل نصوص مدونة كل من المدونين الذين تمت مقابلتهم بشكل رسمي، قرأتُ المنشورات الحالية والأقدم التي حُفظت على مدونتهم من أجل اكتساب معرفة بالحياة التي يحياها هؤلاء المدونون، وبمستوى إفصاحهم عن تفاصيل هذه الحياة، وبأسلوب ومحتوى مدوناتهم. كنت قادرًا كذلك على الرجوع إلى الإجابات التي قدموها عن أسئلة دراسات مسحية أسبق.

وعبر مسار إجراء هذه المقابلات الشخصية، استعنت كذلك بخبرتي في التدوين (بلغت أربع سنوات وقت إجراء البحث الميداني) من أجل بناء علاقات مع المدونين الذين خضعوا للمقابلة، لاسيما في الفترة التالية لإجراء المقابلات، فقد كان التدوين لا يزال نشاطًا غير مألوف، ولم يكن لدى الكثير من هؤلاء المدونين سوى القليل من الفرص (إن وُجِدَت من الأساس) لمناقشة التدوين وجهًا لوجه. قدَّمت عنوان مدونتي «الشخصية» (http://blog.org/) ضمن بيانات الاتصال الخاصة بي، ويعود الدافع إلى ذلك - جزئيًا - إلى رغبتي في أن أؤكد لهم أنني «واحد منكم». تمكنت في معظم هذه الحالات من أن أنتفع بهذه الخبرة لفهم اللغة الفنية الخاصة بالمدونين - واستعمالها متى كان ذلك ملائمًا، وهو ما يُحتمل أن يكون قد ساهم أيضًا في بناء جسور الثقة.

دُوِّنت جميع الحوارات التي دارت في المقابلات الشخصية وحلِّلت النصوص الناتجة وفق الموضوع (Flick, 2006) عبر العملية التفاعلية للتشفير المفتوح والانتقائي.

”

ملحوظات

الفصل الأول

مقدمة

1. في واقع الأمر حُفظت سجلات حفظ net.motss بالعودة إلى الوراء حتى عام 1986، ويمكن الوصول إليها (من خلال عنوان البريد الإلكتروني لصاحب المنشور)، على الشبكة العنكبوتية على الرابط:

http://groups.google.com/group/net.motss/

2. تفاصيل هذا البحث عرضنا لها بإيجاز في الملحق المنهجي.

الفصل الثاني

ما مخاطر الكشف عن الذات عبر الشبكة العنكبوتية، وأي المستخدمين عرضة لها؟

1. هي الفضاءات النصية عبر الإنترنت التي أتاحت المحادثات الحية، وكان الأفراد يُقدمون أنفسهم فيها -في معظم الأحوال- من خلال أسماء مستعارة.
2. على الرغم من ذلك تتخذ تيركل الآن موقفًا أكثر التزامًا بالروح الناقدة فيما يتعلق بالتعبير عن الذات عبر شبكات التواصل الاجتماعي (Turkle, 2011).
3. الفقرة الخامسة من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية لعام 1996: http://transition.fcc.gov/Reports/tcom1996.txt.
4. http://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/231

5. قد يرجع هذا الاختلاف - جزئيًا - إلى قيام استطلاع الرأي في الولايات المتحدة بالسؤال عن الأطفال عمومًا، وقيام استطلاع الرأي في المملكة المتحدة بالسؤال عن اتجاهات الأبوين تجاه أطفالهما.

الفصل الثالث

كيف ولماذا يكون التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي مختلفًا؟

1. على الرغم من أنه شخصيًا قاوم مصطلح التفاعل الرمزي (Winkin, 1988, pp. 235–236).

2. يرتبط مفهوم «الذات المُكبَلَة» بدراسته عن التفاعل في «المؤسسات الشاملة» مثل أماكن إيواء اللاجئين والسجون ولا ينطبق على هذه الدراسة. أما الموضوع الرابع فهو «إنتاج الذات». إن رؤية جوفمان للذات ثنائية على نحو جوهري، حيث توجد «الذات المؤدّية للدور» التي تستجيب للمواقف المختلفة لإنتاج «الذات المعبرة عن الشخصية». لا ينطبق ذلك - على نحو مباشر - على هذا الكتاب، ولكنه يؤكد على أهمية التفاعل بين الأفراد من أجل بناء الذات، والذي يُساعد - بدوره - في تفسير لِمَ يسعى الأفراد لإيجاد سُبل متعددة للتفاعل مع الآخرين.

3. على الرغم من أن أي شبكة للتواصل الاجتماعي يُمكن أن تقوَّض أو تُفسَّر بأساليب غير متوقعة من قِبَل مُستخدميها. وعلى سبيل المثال، تحتوي شبكة LinkedIn على مجموعة تُسمى «السلام عبر الفوضى»، ومجموعة أخرى تُدعى «عشيرة الهينتاي والإباحية» وقت كتابة هذه السطور.

4. تُدعى أيضًا على نحو واسع النطاق بتواصل «الكثير مع الكثير»، لأنه يكون - على خلاف وسائل الإعلام الجماهيري - مُتاحًا للكثير من المُستخدمين، ويمكن - مع ذلك - أن يصل إلى «الكثير» من الأفراد.

5. «نموذج الهوية الاجتماعية لتأثيرات اللاتفرد»:
The Social Identity model of Deindividuation Effects (Postmes et al., 1998).

6. يناقش فينبرج التحيز في أعمال أسبق (Feenberg, 1999, pp. 178–183; 2002b, pp. 80–82)، مستخدمًا لغة تختلف قليلًا (وما يدعوه في هذا السياق

بـ «التحيز التأسيسي» يُسميه التحيز «الجوهري»، على حين كان يُشير في السابق للتحيز «التنفيذي» بوصفه التحيز «الرسمي»). ومع ذلك فإن حجته القوية واحدة في الحالتين.

الفصل الرابع

تخيل القارئ

1. مع تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر أجهزة الهاتف الجوال وما يتوافر بها من إمكانيات تقنية متعددة، بزغت أدوات مثل فاين Vine، وكيك Keek لإتاحة إمكانية المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي عبر مقاطع الصوت والفيديو، إلا أن سهولة وسُرعة إنتاج النصوص وقراءتها تشير إلى أنها قد تظل في مُقدمة أنماط التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. تعتمد مُعظم مثل هذا التعقُب على تحليل عناوين الأي. بي. IP للزائرين، ونظرًا لطائفة من الأسباب يُعد ذلك قياسًا غير دقيق (Winder, 2011).

3. على الرغم من أن هذه المسألة تحديداً قد حُلَّت من قِبَل فيسبوك، حيث لم تعُد ثمة شبكات إقليمية.

4. هذا الاسم مُستعار (وكذلك باقي أسماء من شملتهم هذه الدراسة).

5. وبرغم ذلك كان من الصعب تحديد ما قد يُعد «حساسًا»، ولم يُجرى تحليل نسقي للمضمون.

6. يصعُب أن تكون مُحدداً بشأن كيفية تحديد هوية صاحب المدونة من خلال ما يكتبه من دون معرفة ما قد يعلمه الآخرون بالفعل في سياقات أخرى؛ فذكر تفصيلة تبدو شديدة العمومية يمكن أن يكشف عن هوية المدون من قبل شخص يعلم جيدًا تلك التفصيلة.

7. انظر على سبيل المثال ناثانيل هاوثورن Nathaniel Hawthorne: «يقوم بعض الكُتاب - بالفعل - بما هو أكثر من ذلك،، ويغمسون أنفسهم في الأعماق

السرية للبوح إلى الحد الذي لا يمكن أن يكون موجهًا إلا إلى وحدة التعاطف الكامل» (Hawthorne, 1850, p. 1).

الفصل الخامس

الزمن والذاكرة في وسائل التواصل الاجتماعي

1. بالمثل تُشير بويد (2008b) إلى قدرة البيانات الرقمية على الصمود، وقابليتها للنسخ والبحث، مما يُضيف «إمكانية قياس مداها»، أو حقيقة أنه يمكن مشاركتها عبر مسافات بعيدة تفصل بين الأفراد.
2. ليس لدي معلومات بشأن أبحاث الآخرين عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الذي يختص بهذه المسألة تحديدًا، ولكن وفقًا لما سوف نراه لاحقًا في هذا الفصل، استطعت أن أعرُج على هذه المسألة أثناء بحثي عن المدونين.
3. وبرغم ذلك إذا لم تُشاهد صورة ما فإنها تظل موجودة على سيرفر الشركة لمدة شهر، ويُمكن للسلطات الأمنية أن تطلب الاحتفاظ بهذه الصورة.
4. في واقع الأمر، ثمة سجلات حفظ للتغريدات المحذوفة سواء للأغراض الأكاديمية (Almuhimedi et al., 2013)، أو كوسيلة لجذب الانتباه إلى القضايا الأخلاقية (Hughes, 2011)، التي يثيرها تجميع مثل هذه التغريدات.
5. للمزيد عن طريقة عمل ذلك، انظر: http://www.robotstxt.org/.
6. صار من المتاح الآن حذف المدونة بالنسبة لعموم المستخدمين من دون إلغائها كليًا، ولكن في حالة لايف جورنال، يتضمن ذلك - بشكل تلقائي - تغيير حالة الخصوصية لكل منشور على نحو فردي، ولم يكن هذا الخيار متاحًا لمستخدمي بلوجر Blogger وقت إجراء هذا البحث الميداني. لا تقترح صفحات الويب ذات الصلة التي تشرح كيفية حذف المرء لمدونته، جعلها

خاصة على نحو كامل كبديل عن الحذف. وعلى أي حال، وحتى حين تُحذف المدونات من السيرفرات المُستضيفة لها، يمكن أن تظل محتوياتها متاحة عبر خدمات طرف ثالث.

الفصل السادس
نحو مجتمع مُنفتح جذريًا

1. انظر المناقشة الواردة في الفصل الثالث تحت عنوان: «طومسون: أشكال جديدة من التفاعل ودور الخيال».
2. يمكن للمرء أن يربط ذلك – إلى حد ما – بالأشكال الأسبق الشبيهة بالإنترنت مثل الحجيرة متعددة الاستخدامات (Multi User Dungeon (MUD، وMOO، وهو نظام واقع افتراضي عبر الإنترنت يستند إلى نصوص ويتصل به مستخدمون عديدون في وقت واحد، ولكن يبدو أنه قد استُخدمت – بشكل عام – لاختبار الهوية وليس التعبير عن الهوية «الحقيقية» للمستخدمين (Turkle, 1996a, 1996b)، كما أنها لم تُحقق أبدًا قبولًا تجاريًّا واسعًا، على الرغم من أن الموقع الرسمي لميكروسوفت يتأسس على الكثير من الأفكار المشابهة (دون اتفاق على ذلك). إضافة إلى ذلك، وقبل ظهور الشبكة العنكبوتية، كان ثمة برنامج يُدعى فينجر «الإصبع» finger يُقدم معلومات بسيطة عن المستخدمين (بغض النظر عما إذا كانوا متصلين بالإنترنت في ذلك الحين أم لا)، وكان يتمتع بإمكانية الدخول إلى ملفات plan، وproject التي يُمكن تعديلها من قِبَل المستخدمين – وهي خدمة مبكرة شبيهة بالصفحة الشخصية (Indiana University Information Technology Services, 2006).
3. انظر إلى نسب امتلاك المدونات من الدراستين في ضوء حقيقة أن 76% من المدونين الأمريكيين الذين شملهم استطلاع الرأي قد قالوا إنهم كان يهدفون إلى «توثيق خبراتهم الشخصية ومشاركتها مع الآخرين» (Lenhart & Fox, 2006).

4. ومع هذا لا يُقدم ذلك حماية كاملة؛ إذ يصعُب الحديث بوضوح عن إمكانية تحديد هوية مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من الاسم المُستعار الذي يستخدمه ومن منشوراته من دون معرفة ما يعلمه الآخرون عنه بالفعل في سياقات أخرى، فذكر تفصيلة تبدو شديدة العمومية يمكن أن يكشف عن هوية المدون من قِبَل شخص يعلم جيدًا تلك التفصيلة على سبيل المثال. من الجدير بالملاحظة أيضًا أن الأفراد ينزعون إلى استخدام الأسماء المستعارة نفسها عبر الخدمات المختلفة، مما يسمح للشخص الفضولي بأن ينتفع من مصادر متعددة من المعلومات ويُحدد هوية من يستخدم الاسم المُستعار. وكشف أحد التحليلات واسعة المدى عن وجود «أغلبية كبيرة من مستخدمي مجموعات البيانات الذين يمكن تحديد هوياتهم على نحو حصري من بين مليار مستخدم، اعتمادًا على اسم المستخدم» (Fischer-Hubner et al., 2011, p. 5). واستخدمت شركات مثل رابليف Rapleaf طائفة متنوعة من التقنيات لجمع المعلومات السكانية وغيرها عن الأفراد، وربطتها بعناوين للبريد الإلكتروني وبصفحات على وسائل التواصل الاجتماعي، حتى حين كانت الأسماء أسماء مستعارة (Steel, 2010).

الفصل السابع

خاتمة

1. لا ريب في أنه يتعين علينا أن نلاحظ أن العملية نفسها يُمكن أن تدعم الهويات التي تُوصم لأسباب مقبولة، مثل تشجيع الفتيات الفاقدات للشهية على نحو مرضٍ بمواصلة حياتهن دون علاج (Haas, Irr, Jennings & Wagner, 2011; Neumyer, 2014).

المُلحق المنهجي

1. قدمتُ المزيد من التفاصيل عن المناهج المُستخدَمَة لانتقاء عينة لهذا البحث في هذا العرض (Brake, 2007)، ويمكن تحميل ملحق للصفحات الشخصية للمستخدمين - بشكل منفصل - عبر الرابط: davidbrake.org/intervieweesummarybloggers.xls.

المراجع

Acquisti, A. & Gross, E. F. (2006).Imagined Communities Awareness, InformationSharing, and Privacy on the Facebook. Paper presented at the Privacy EnhancingTechnologiesWorkshop, Cambridge, UK. Retrieved from http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/acquisti–gross–facebook–privacy–PET–final.pdf

Almuhimedi, H., Wilson, S., Liu, B., Sadeh, N. & Acquisti, A. (2013). Tweets areForever: A Large–Scale Quantitative Analysis of Deleted Tweets. Paper presentedat the CSCW 2013, San Antonio, Texas, USA. Retrieved from http://www.cs.cmu.edu/~shomir/cscw2013_tweets_are_forever.pdf

Andrews, L. B. (2012). I know who you are and I saw what you did: Social networksand the death of privacy (1stFree Press hardcover ed.). New York: Free Press.

Angwin, J. (2010, 30 July). The Web's New Gold Mine: Your Secrets.Wall Street Journal. Retrieved from http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703940904575395073512989404.html

Armstrong, H. B. (2002, 26 February). Collecting Unemployment. Retrieved25 May 2004, from http://www.dooce.com/archives/daily/02_26_2002.html

Bakardjieva, M. & Smith, R. (2001). The internet in everyday life: Computer networkingfrom the standpoint of the domestic user. New Media&Society, 3(1),67–83. doi: 10.1177146144801003001005/

Ball–Rokeach, S. J. & Reardon, K. (1988).Monologue, dialogue, and telelog:Comparing an emergent form of communication with traditional forms.InS. Pingree, R. P. Hawkins & J. M. Wiemann (eds.), Advancing communication science:Merging mass and interpersonal processes (pp. 135–161). Newbury Park, CA:Sage.

Banks, E. (2011, August 28). Eric Schmidt: If You Don't Want To Use Your RealName, Don't Use Google+. Retrieved 28 December 2013, from http://mashable.com/201128/08//google–plus–identity–service/

Barlow, J. P. (1996, February 8). A Declaration of the Independence of Cyberspace.Retrieved 25 January 2004, fromhttp://www.eff.org/~barlow/Declaration–Final.html

Bauer, M. & Gaskell, G. (2000).Qualitative researching with text, image and sound:A practical handbook for social research. London: SAGE.
Bauman, Z. (2001). The individualized society. Cambridge, UK; Malden, MA: PolityPress.
Baumer, E. P. S., Adams, P., Khovanskaya, V. D., Liao, T. C., Smith, M. E.,Sosik, V. S. et al. (2013). Limiting, Leaving, and (re)lapsing: An Exploration ofFacebook Non–use Practices and Experiences. Paper presented at the Proceedingsof the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Paris,France. Retrieved from http://ericbaumer.com/wp–content/uploads/201304//CHI2013–FBLL–13–camera.pdf
BBC News Online (2003, 28 February). Internet Abduction Man Jailed. Retrieved12 January 2010, from http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/2809369.stm
BBC News Online (2004a, 12 February). Ex–marine Admits Abduction. Retrieved12 January 2010, from http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/manchester/3481219.stm
BBC News Online (2004b, 3 November). US Blogger Fired by her Airline. Retrieved6 February 2009, fromhttp://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/3974081.stm
BBC News Online. (2009, 14 October). FraudFugitive in Facebook Trap. Retrieved20 September 2009, from http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/americas/8306032.stm
BBC News Online. (2012, 2 April). Privacy Backlash Over Girls Around Me MobileApp. Retrieved 29 August 2013, from http://www.bbc.co.uk/news/technology–17582975
Beales, H. (2009). The Value of Behavioral Targeting. Retrieved from http://www.networkadvertising.org/pdfs/Beales_NAI_Study.pdf
Beck, U. & Beck–Gernsheim, E. (2001).Individualization: Institutionalized individualismand its social and political consequences. London: Sage.
Beckett, C. (2008). SuperMedia: Saving journalism so it can save the world. Malden,MA: Blackwell.
Beevolve (2012, 10 October). An Exhaustive Study of Twitter Users Acrossthe World. Retrieved 30 August 2013, from http://www.beevolve.com/twitterstatistics/
Bercovici, J. (2013, 30 October). Facebook Admits It's Seen a Drop in Usageamong Teens. Retrieved 26 December 2013, from http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/201330/10//facebook–admits–its–seen–a–drop–in–usage–amongteens/
Bernstein, M. (2002, 16 August). 10 Tips on Writing the Living Web. Retrieved20 September 2010, from http://www.alistapart.com/articles/writeliving/

Bernstein, M. S., Bakshy, E., Burke, M. & Karrer, B. (2013).Quantifying the InvisibleAudience in Social Networks. Paper presented at the ACM SIGCHI Conferenceon Human Factors in Computing Systems (CHI 2013), Paris, France.Retrieved from http://hci.stanford.edu/publications/2013/invisibleaudience/invisibleaudience.pdf

Bilton, N. (2012, 6 May). Disruptions: Indiscreet Photos, Glimpsed then Gone.Retrieved 20 September 2013, from http://bits.blogs.nytimes.com/201206/05//disruptions–indiscreet–photos–glimpsed–then–gone/

Birdwhistell, R. L. (2011). Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication.Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Blogger (n.d.). How Do I Delete a Blog? Retrieved 2 April 2009, from http://help.blogger.com/bin/answer.py?hl=en&answer=41387

Blue, V. (2014, 22 January). Google Outed Me. Retrieved 23 January 2014, fromhttp://www.zdnet.com/google–outed–me–7000025416/

Bohnert, D. & Ross, W. H. (2010).The influence of social networking websites on the evaluation of job candidates.Cyberpsychology, Behavior, and SocialNetworking, 13(3), 341–347. doi:10.1089/cyber.2009.0193. boyd, d. (2008a). Taken Out of Context: American Teen Sociality in NetworkedPublics.PhD, University of California, Berkeley. Retrieved from http://ssrn.com/abstract=1344756

boyd, d. (2008b). Why youth (heart) social network sites: The role of networkedpublics in teenage social life. In D. Buckingham (ed.), Youth, identity, and digitalmedia (pp. 119–142). Cambridge, MA: MIT Press.

boyd, d. (2014). It's complicated: The social lives of networked teens. NewHaven, CT: Yale University Press. Retrieved from http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf

boyd, d. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, andscholarship. Journal of Computer–Mediated Communication, 13(1), 210–230. doi:10.1111/j.10836101.2007.00393–.x.

boyd, d. m. & Marwick, A. (2011). Social Privacy in Networked Publics: Teens'Attitudes, Practices, and Strategies. Paper presented at the A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society, Oxford, UK. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1925128

Brackenbury, I. & Wong, T. (2012).Online Profile & Reputation Perceptions Study.Retrievedfromhttp://go.microsoft.com/?linkid=9797356

Brady, M. (2006). Blogs: Motivations Behind the Phenomenon. Paper presented at the Information, Communication & Society, York, UK.

Brake, D. R. (2007).Constructing a Purposive Interview Sample of Bloggers.Paper presented at the Internet Research 8.0 – Let's Play, Vancouver,Canada. Retrieved from http://www.slideshare.net/

davidbrake/constructing–apurposive–interview–sample–of–bloggers

Brake, D. R. (2009).'As if nobody's reading'?: The Imagined Audience and SociotechnicalBiases in Personal Blogging Practice in the UK. PhD, The LondonSchool of Economics and Political Science, London, UK. Retrieved from http://etheses.lse.ac.uk/4/

Brake, D. R. (2013a). Are we all online content creators now? Web 2.0 and digitaldivides. Journal of Computer–Mediated Communication.doi: 10.1111/jcc4.12042

Brake, D. R. (2013b). Journalists, user generated content and digital divides. In J.Gordon, G. Stewart & P. Rowinski (eds.), Br(e)aking the news: Journalism, politicsand new media (pp. 253–270). Oxford, UK: Peter Lang.

Branaman, A. (1997). Goffman's social theory.In E. Goffman& C. C. Lemert(eds.), The Goffman reader (pp. xlvi–lxxxii). Malden, MA; Oxford: Blackwell.

Brandimarte, L., Acquisti, A. &Loewenstein, G. (2013). Misplaced confidences:Privacy and the control paradox. Social Psychological and Personality Science,4(3), 340–347. doi: 10.1177194855061245593 1/.

Brandtzaeg, P. B., Luders, M. & Skjetne, J. H. (2010).Too many Facebook'Friends'?Content sharing and sociability versus the need for privacy in socialnetwork sites.International Journal of Human–Computer Interaction, 26(11–12),1006–1030. doi: 10.108010447318.2010.516719/.

Bratteteig, T. (2008). Does it matter that it is digital? In K. Lundby (ed.), Digitalstorytelling, mediatized stories: Self–representations in new media (pp. 271–84).New York: Peter Lang.

Brenner, J. (2013, 5 August). Pew Internet: Social Networking (full detail). Retrieved 5 August 2013, from http://pewinternet.org/Reports/2013/socialnetworking–sites/Findings.aspx

Brooks, L. &Anene, V. (2012, 29 July). Information Disclosure and GenerationalDifferences in Social Network Sites. Paper presented at the AMCIS 2012. Retrieved from http://aisel.aisnet.org/amcis2012/proceedings/SocialIssues/10

Broughton, A., Higgins, T., Hicks, B. & Cox, A. (2012). Workplacesand Social Networking: The Implications for Employment Relations. Retrieved from http://www.acas.org.uk/media/pdf/f/q/1111_Workplaces_and_Social_Networking–accessible–version–Apr–2012.pdf

Brown, D. (2007, 6 February). The 'Holly and Jess' chat–room plot.The Times. Retrieved from http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/crime/article1336929.ece

Bucher, T. (2012).Programmed Sociality: A Software Studies Perspective onSocial Networking Sites.PhD, University of Oslo, Oslo. Retrieved from http://tainabucher.com/wp–content/uploads/200908//Bucher_Ph.D.diss_.pdf

Buchwalter, C. (2005). The Blog Universe: Influencers, Early Adopters andOnline Tenure Rolled into One. Paper presented at the Word of MouthMarketing Association. Retrieved from http://www.womma.org/metrics/pres/womma_research_buchwalter.pdf

Bureau of Justice Statistics (2011). Identity Theft Reported by Households, 2005–2010. Retrieved from http://bjs.gov/content/pub/pdf/itrh0510.pdf

Calvert, C. (2000). Voyeur nation: Media, privacy, and peering in modern culture.Boulder, CO: Westview Press.

Capurro, R. (2005). Privacy.An intercultural perspective.Ethics and InformationTechnology, 7(1), 37–47. doi: 10.1007/s10676–4407–005–4. Retrieved fromhttp://www.capurro.de/privacy.html

Careerbuilder (2009). Forty–five Percent of Employers Use Social Networking Sitesto Research Job Candidates, CareerBuilder Survey Finds. Retrieved from http://www.careerbuilder.com/share/aboutus/pressreleasesdetail.aspx?id=pr519&sd=82%f192%f2009&ed=122%f312%f2009&siteid=cbpr&sc_cmp1=cb_pr519_

Carey, J. W. (2005). Historical pragmatism and the internet.New Media & Society,7(4), 443–455.

Carroll, R. (2014, 14 January). Google Buys Nest Labs for $3.2bnin Bid for Smart Home–devices Market. Retrieved 26 April 2014,from http://www.theguardian.com/technology/2014/jan/13/google–nest–labs–3bn–bid–smart–home–devices–market

Carter, J. & Behram, F. T. M. (2009).Gaydar: Facebook friendships expose sexual orientation. First Monday, 14(10). Retrieved from http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/26112302/

Cassell, J. & Cramer, M. (2007). High Tech or High Risk: Moral Panics about Girls Online Digital Young, Innovation, and the Unexpected (pp. 53–75). Retrievedfrom http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/dmal.9780262633598.053

Cha, J. (2013). Business models of most–visited U.S. social networking sites.In A. B. Albarran (ed.), The social media industries (pp. 60–85). New York:Routledge.

Chadwick, B. A., Bahr, H. M. & Albrecht, S. L. (1984). Social science researchmethods. Englewood Cliffs, NJ: Prentice–Hall.

Chaffin, M. & Jones, L. (2011). Declining Rates of Child Sexual Abuse andWhat This Really Means. Retrieved from http://www.nationalcac.org/onlinetraining/webinar–chaffin–jones–012011–.html

Chandler, D. & Roberts–Young, D. (1998, 19 April 2000). The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents. Retrieved 19 June 2014,from http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html

Chen, L. Y. (2012, 28 December). China Passes Law Requiring People IdentifySelves Online. Retrieved 2 July 2013, from http://www.bloomberg.com/news/201228–12–/china–passes–rules–requiring–people–identify–themselves–online.html

Choi, J. H.–j. (2006). Living in cyworld: Contextualisation of cyworld bloggingin Korea. In A. Bruns& J. Jacobs (eds.), Uses of blogs (pp. 173–186). New York:Peter Lang.

Chou, H.–T. G. & Edge, N. (2012). 'They Are Happier and Having Better Lives than I Am': The impact of using Facebook on perceptions of others'lives. Cyber Psychology, Behavior & Social Networking, 15(2), 117–121. doi:10.1089/cyber.2011.0324.

Clark, L. S. (2013). The parent app: Understanding families in the digital age. OxfordUniversity Press.

Clayton, R. B., Nagurney, A. & Smith, J. R. (2013). Cheating, breakup, anddivorce: Is Facebook use to blame? Cyber psychology, Behavior, and Social Networking.doi: 10.1089/cyber.2012.0424.

Clinton, H. R. (2013). Internet Rights and Wrongs: Choices & Challenges in a Networked World. Retrieved from http://www.state.gov/secretary/rm/2011156619/02/.htm

CNNIC (2013). 32nd Statistical Report on Internet Development in China (July2013). Retrieved from http://www1.cnnic.cn/IDR/ReportDownloads/

CNNIC (2014). 33rd Statistical Report on Internet Development in China(January 2014). Retrieved from http://www1.cnnic.cn/IDR/ReportDownloads/

Coate, J. (1987, unknown). Life on the Bus and Farm: An Informal Recollection.Retrieved 2 April 2009, from http://cervisa.com/stories/farm.txt

Common Sense Media. (2010). Protect Our Privacy – Protect Our Kids Poll(Adults). Retrieved from http://www.privacylives.com/common–sensemedia–poll–three–out–of–four–parents–say–social–networks–aren%E299%80%tprotecting–kids%E299–%80%online–privacy/201008/10//

Conniff, M. (2005, 29 September 2005). Just What is a Blog, Anyway? Retrieved18 November 2005, from http://www.ojr.org/ojr/stories/050929/

Cosenza, V. (2012, June). World Map of Social Networks. Retrieved 13 August2012, from http://www.vincos.it/world–map–of–social–networks/

cross–tab (2010). Online Reputation in a Connected World. Retrieved from go.microsoft.com/?linkid=9709510

Culnan, M. J. & Markus, M. L. (1987). Information technologies. In F. M. Jablin (ed.), Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective(pp. 420–443). Newbury Park, CA; London: Sage.

Cutler, K.–M. (2013, 30 January). Facebook's Q4 Revenue Rises 40%To $1.59B, Shares Down Slightly in After–Hours. Retrieved 27 June2013, from http://techcrunch.com/201330/01//facebooks–q4–revenue–rises–40–to–159–b–shares–decline–7–percent–in–after–hours/

Das, S. & Kramer, A. (2013).Self–Censorship on Facebook. Paper presented atthe International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Boston. Retrieved from http://www.cmuchimps.org/publications/122–self–censorship_on_facebook/pub_download

Dateline (2008, 9 January). To Catch a Predator. Retrieved 23 August 2012, fromhttp://www.msnbc.msn.com/id/10912603/

DeLamater, J. & Myers, D. (2010).Social Psychology. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.

De Rosa, C., Cantrell, J., Havens, A., Hawk, J. & Jenkins, L. (2007). Sharing, Privacyand Trust in Our Networked World. Retrieved from http://www.oclc.org/reports/sharing/default.htm

diasp.eu (2013, 16 August). How Many Users Are in the DIASPORA Network?Retrieved 16 August 2013, from https://diasp.eu/stats.html

Dibbell, J. (1993, 23 December). A Rape in Cyberspace: How an Evil Clown, aHaitian Trickster Spirit, Two Wizards, and a Cast of Dozens Turned a Databaseinto a Society the Village Voice. Retrieved from http://www.juliandibbell.com/texts/bungle_vv.html

Dickinson, G. (2009, 1 February). 14–times Olympic Gold Medal Winner Michael Phelps Caught with Cannabis Pipe News of the World. Retrieved from http://www.hightimes.com/read/14–times–olympic–gold–medal–winner–michaelphelps–caught–cannabis–pipe

Doctorow, C. (2002, 31 May). My Blog, My Outboard Brain. Retrieved 21 February 2008, from http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/200201/01//cory.html

Dong, F. (2012).Controlling the internet in China: The real story.Convergence:The International Journal of Research into New Media Technologies. doi:10.1177135485651243950 0/.

Doostdar, A. (2004). 'The Vulgar Spirit of Blogging': On language, culture,and power in Persian weblogistan. American Anthropologist, 106(4), 651–662. Retrieved from http://www.swiss.ai.mit.edu/6.805/admin/admin–fall–2005/weeks/doostdar–vulgar_spirit_of_b.pdf

Dror, Y. (2013). 'We are not here for the money' Founders' manifestos. New Media & Society. doi: 10.1177146144481350697 4/.

Duggan, M. & Smith, A. (2013). Social Media Update 2013. Retrieved from http://pewinternet.org/Reports/2013/Social–Media–Update.aspx
Duhigg, C. (2012). Psst, you in Aisle 5. New York Times. Retrieved from http://www.nytimes.com/201219/02//magazine/shopping–habits.html
Dutton,W. H. & Blank, G. (2011). Next Generation Users: The Internet in Britain.Retrieved from http://www.oii.ox.ac.uk/microsites/oxis/
Dutton,W. H. & Blank, G. (2013). Cultures of the Internet. Retrieved from http://www.oii.ox.ac.uk/microsites/oxis/
Dzyre, N. (2014). 5 Essential Things You Should Know about Facebook Nearby Friends. Retrieved 27 April 2014, from http://www.hongkiat.com/blog/facebook–nearby–friends/
Eaton, K. (2014, 1 January). Civilian photography, now rising to new level. New York Times. Retrieved from http://www.nytimes.com/201402/01//technology/personaltech/review–the–phantom–2–vision–photo–drone–from–dji.html
Einarsen, S. (2011).Bullying and harassment in the workplace: Developments in theory, research, and practice (2nd edn.). Boca Raton, FL: CRC Press.
Elmer–Dewitt, P. (1995). On a screen near you: Cyberporn. Time, 146, 38–45. Retrieved from http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,134361,00.html
Erikson, E. H. (1956). The problem of ego identity. Journal of the American Psychoanalytic Association, 4, 56–121. doi: 10.1177000306515600400104/.
Evans, M. (2009). Wife of Sir John Sawers, the future head of MI6, in Facebook security alert. The Times. Retrieved from http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/article6644199.ece
Facebook (2009).Keeping Count of Sharing Across the Web. Retrieved from https://blog.facebook.com/blog.php?topic_id=167544352390
Facebook (2013a, March). Company Info. Retrieved 26 April 2014, from https://newsroom.fb.com/company–info/
Facebook (2013b, 6 August). News Feed FYI: A Window into News Feed. Retrieved 1 February 2014, from https://http://www.facebook.com/business/news/News–Feed–FYI–A–Window–Into–News–Feed
Facebook (n.d.–a). Facebook Principles. Retrieved 30 December 2013, from http://www.facebook.com/principles.php
Facebook (n.d.–b). How News Feed Works. Retrieved 4 September 2013, from https://http://www.facebook.com/help/www/327131014036297/
Farrell, H. (2012). The consequences of the Internet for politics.Annual Review of Political Science, 15(1), 35–52. doi: 10.1146/annurev–polisci–030810110815–.

Feenberg, A. (1999). Questioning technology. London: Routledge.
Feenberg, A. (2002a). Democratic Rationalization: Technology, Power, and Freedom. Dogma. Retrieved from http://dogma.free.fr/txt/AF_democraticrationalization.htm
Feenberg, A. (2002b). Transforming technology: A critical theory revisited. New York; Oxford: Oxford University Press.
Feenberg, A. (2008). From critical theory of technology to the rational critique of rationality. Social Epistemology, 22(1), 5–28. doi: 10.108002691720701/773247.
Findlaw (2013). A Quarter of Young People have Facebook or Other Social Media Postings they May Later Regret, Says New FindLaw.com Survey. Retrieved from http://company.findlaw.com/press−center/2013/a−quarterof− young−people−have−facebook−or−other−social−media−pos.html
Finkelhor, D., Mitchell, K. J. &Wolak, J. (2000). Online Victimization: A Report on the Nation's Youth. Retrieved from http://www.unh.edu/ccrc/pdf/jvq/ CV38.pdf
Finn, J. (2004). A survey of online harassment at a university campus.Journal of Interpersonal Violence, 19(4), 468–483. doi: 10.1177088626050326208З/.
Fischer−Hubner, S., Hopper, N., Perito, D., Castelluccia, C., Kaafar, M. A. & Manils, P. (2011). How Unique and Traceable are Usernames? Privacy EnhancingTechnologies (Vol. 6794, pp. 1–17): Springer Berlin Heidelberg. Retrievedfrom http://arxiv.org/abs/1101.5578
Fitzpatrick, M. G. (2006, 26 July). Deleting Online Predators Act of 2006.Retrieved 22 August 2012, from http://www.c−spanvideo.org/appearance/ 595663226
Fletcher, H. (2008). Human flesh search engines: Chinese vigilantes that hunt victims on the web. The Times. Retrieved from http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/article4213681.ece
Flick, U. (2006). Coding and categorizing. In U. Flick (ed.), An introduction to qualitative research (3rd edn., pp. 295–319). London: Sage.
Florencio, D. & Herley, C. (2011). Sex, Lies and Cyber−crime Surveys. Retrieved from http://research.microsoft.com/apps/pubs/default.aspx?id=149886
Fowler, G. A. (2012, 13 October). When the most personal secrets get outedon Facebook.Wall Street Journal. Retrieved from http://online.wsj.com/news/articles/SB10000872396390444165804578008740578200224
Friedman, T. (2005).Electric dreams: Computers in American culture. New York: New York University Press.
Froomkin, A. M. (2000). The death of privacy? Stanford Law Review, 52, 1461–1543. Retrieved from http://personal.law.miami.edu/~froomkin/articles/privacy−deathof.pdf

Gangadharan, S. P. (2012). Digital inclusion and data profiling.First Monday, 17(5–7). doi: 10.5210/fm.v17i5.3821. Retrieved from http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/38213199/

Gartner. (2012). Gartner Says Monitoring Employee Behavior in Digital Environmentsis Rising. Retrieved from http://www.gartner.com/newsroom/id/2028215

Gauntlett, D. (2011). Making is connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0. London: Polity Press. Retrieved fromhttp://www.makingisconnecting.org/

Gawker.(2012, n.d.).Our Titles – Gawker. Retrieved 13 August 2012, from http:// advertising.gawker.com/gawker/

Gellman, B. &Poitras, L. (2013, 7 June). U.S., British intelligence mining data from nine U.S. Internet companies in broad secret program. Washington Post. Retrieved from http://www.washingtonpost.com/investigations/us–intelligenceminingdatafromnine–us–internet–companies–in–broadecret–program/20133/06/06/a0c0da8–cebf–11e28845––d970ccb04497_story.html

Genette, G. (1997). Paratexts: Thresholds of interpretation. Cambridge: CambridgeUniversity Press.

Gergen, K. J. (1985). The social constructionist movement in modern psychology.American Psychologist, 40(3), 266–275. doi: 10.1037–0003/066X.40.3.266.

Gershon, I. (2011). Un–Friend my heart: Facebook, promiscuity, and heartbreakin a neoliberal age. Anthropological Quarterly, 84(4), 865–894. Retrieved19 June, 2014, from http://www.academia.edu/266205/Un–Friend_My_Heart_Facebook_Promiscuity_and_Heartbreak_in_a_Neoliberal_Age

Giddens, A. (1987). Erving Goffman as a systematic social theorist social theoryand modern sociology (pp. 109–139). Cambridge: Polity in Association withBlackwell.

Giddens, A. (1990). The consequences of modernity. Cambridge: Polity in associationwith Blackwell.

Giddens, A. (1991). Modernity and self identity: Self and society in the late modernage. Cambridge: Polity Press in Association with Basil Blackwell.

Gillespie, T. (2012, 22 February). The Dirty Job of Keeping Facebook Clean.Retrieved 23 April 2014, from http://socialmediacollective.org/201222/02//the–dirty–job–of–keeping–facebook–clean/

Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. New York: AnchorBooks.

Goffman, E. (1963a). Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings. New York; London: Free Press of Glencoe; Collier–Macmillan.

Goffman, E. (1963b). Stigma: Notes on the management of spoiled identity. Harmondsworth: Penguin.

Goffman, E. (1967). Interaction ritual: Essays in face–to–face behavior. London;Chicago: The Penguin Press: Aldine.

Goffman, E. (1971a). Relations in public: Microstudies of the public order. London:Allen Lane.

Goffman, E. (1971b). The territories of the self. In E. Goffman (ed.), Relations in public: Microstudies of the public order (pp. 28–61). London: Allen Lane.

Goffman, E. (1986 [1974]).Frame analysis: An essay on the organization ofexperience. Boston, MA: Northeastern University Press.

Goo, S. K. (2012, 16 May). Facebook: A Profile of Its 'Friends'. Retrieved18 August 2012, from http://pewresearch.org/pubs/2262/facebook–ipo–friendsprofile–social–networking–habits–privacy–online–behavior

Goode, E. & Ben–Yehuda, N. (2009).Moral panics: The social construction of deviance (2nd edn.). Chichester, UK; Malden, MA: Wiley–Blackwell.

Google. (n.d.). What We Believe. Retrieved 30 December 2013, from http://www.google.co.uk/about/company/philosophy/

Granka, L. A., Joachims, T. & Gay, G. (2004). Eye–tracking Analysis of User Bbehavior in WWW Search. Paper presented at the Proceedings of the 27thannual international ACM SIGIR conference on Research and development ininformation retrieval, Sheffield, UK.

Granovetter,M.(1973).Thestrengthofweakties.AmericanJournalofSociology,78(6), 1360–1380. Retrieved from http://links.jstor.org/sici?sici=0002–3%2978%28197305%9602A63%C13603%ATSOWT%3E2.0.CO%3B2–E

Greenberg, A. (2010, 19 July 2010). Researchers Show How Twitter, Twitpic Make Stalking Simple. Retrieved 20 July 2010, from http://blogs.forbes.com/firewall/201019/07//researchers–show–how–twitter–twitpic–make–stalking–simple/

Greenfield, R. (2012, 21 September). Frictionless Sharing Hits the Skids atFacebook. Retrieved 30 December 2013, from http://www.thewire.com/ technology/201209//facebook–realizes–nobody–wants–share–everything–alltime/57109/

Grodin, D. & Lindlof, T. R. (1996).Constructing the self in a mediated world. Thousand Oaks: Sage.

Gross, R., Acquisti, A. & Heinz III, H. J. (2005). Information Revelation and Privacyin Online Social Networks. Paper presented at the Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society, Alexandria, VA.

Gudelunas, D. (2012). There's an app for That: The uses and gratifications ofonline social networks for gay men. Sexuality & Culture, 16(4), 347–365. doi:10.1007/s121194–9127–012–.

Haas, S. M., Irr, M. E., Jennings, N. A. & Wagner, L. M. (2011). Communicatingthin: A grounded model of Online Negative Enabling Support Groupsin the pro–anorexia movement.New Media & Society, 13(1), 40–57. doi: 10.11771461444810363910/.

Habermas, J. (1970). Technology and Science as 'Ideology' toward a rational society:Student protest, science, and politics. Boston, MA: Beacon Press.

Hafner, K. & Lyon, M. (1996).Where wizards stay up late: The origins of the Internet.New York: Simon & Schuster.

Halavais, A. (2005, 28 October 2005). Blogging in the Plural. Retrieved 18 November2005, from http://alex.halavais.net/?p=1281

Hampton, K., Goulet, L. S. & Purcell, K. (2011). Social Networking Sites and OurLives. Retrieved from http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Technologyand–social–networks.aspx

Hanscom, M. (2003, 27 October 2003). Of Blogging and Unemployment. Retrieved 25 May 2004, from http://www.michaelhanscom.com/eclecticism/200310//of_blogging_and.html

Hansen, C. (2005, 10 November). Catching Potential Internet Sex Predators.Retrieved 12 January 2010, from http://www.msnbc.msn.com/id/9927253/

Hargie, O. & Dickson, D. (2004).Skilled interpersonal communication: Research,theory, and practice (4th edn.). London: Routledge.

Hargrave, A. M. & Livingstone, S. (2007). Harm and Offence in Media Content:Updating the 2005 Review. Retrieved from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/telecoms–research/annex6.pdf

Harper, R., Whitworth, E. & Page, R. (2012). Fixity: Identity, Time and Dureeon Facebook. Paper presented at the Internet Research 13, University ofSalford. Retrieved from http://research.microsoft.com/apps/pubs/default.aspx?id=169221

Hawthorne, N. (1850). The custom–house the Scarlet Letter: A romance (pp. 1–54).Boston: Ticknor, Reed & Fields. Retrieved from http://etext.lib.virginia.edu/toc/modeng/public/Eaf135.html

Heggestuen, J. (2013, 15 December). One in Every 5 People in theWorld Own A Smartphone, One in Every 17 Own A Tablet. Retrieved31 December 2013, from http://www.businessinsider.com/smartphone–andtablet–penetration–201310–

Heidegger, M. &Lovitt, W. (1977). The question concerning technology, and other essays. New York; London: Harper and Row.

Hevern, V. W. (2004). Threaded identity in cyberspace: Weblogs & positioning in the dialogical self. Identity, 4(4), 321–335. Doi: 10.1207/s1532706xid0404_2.

Hill, K. (2013, 19 December). Data Broker was Selling Lists of Rape Victims,Alcoholics, and ‘Erectile Dysfunction Sufferers’. Retrieved 20 December2013, from http://www.forbes.com/sites/kashmirhill/201319/12// data–brokerwas–selling–lists–of–rape–alcoholism–and–erectile–dysfunction–sufferers/

Hiltz, R. S., Johnson, K. &Turoff, M. (1986). Experiments in group decisionmaking: Communication process and outcome in face to face versus computerizedconferences. Human Communication Research, 13, 225–252. doi:10.1111/j.14682958.1986–.tb00104.x.

Himmer, S. (2004). The labyrinth unbound: Weblogs as literature. In S. Herring,I. Kouper, L. A. Scheidt & E. L. Wright (eds.), Into the blogosphere: Rhetoric,community, and culture of weblogs. Retrieved from http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/labyrinth_unbound.html

Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2012). Cyberbullying: Neither an epidemic nora rarity. European Journal of Developmental Psychology, 9(5), 539–543. doi:10.108017405629.2012.706448/.

Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2008). Personal information of adolescents on theInternet: A quantitative content analysis of MySpace. Journal of Adolescence,31(1), 125–146. doi:10.1016/j.adolescence.2007.05.004.

Hodkinson, P. (2007). Interactive online journals and individualisation. New Media & Society, 9(4), 625–650. doi: 10.1177146144807076972/.

Hoffman, D. L. & Novak, T. P. (1995). A Detailed Analysis of the Conceptual,Logical, and Methodological Flaws in the Article: ‘Marketing Pornographyon the Information Superhighway’. Retrieved from http://ceres.imt.uwm.edu/cipr/image/147.pdf

Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishingperformances and exhibitions online. Bulletin of Science, Technology &Society, 30(6), 377–386. doi: 10.1177027046761038893/.

Hollenbaugh, E. E. & Everett, M. K. (2013). The effects of anonymity onself–disclosure in blogs: An application of the online disinhibition effect. Journalof Computer–Mediated Communication, 18(3), 283–302. doi: 10.1111/jcc4.12008.

Holmes, J. (2009). MYTHS AND MISSED OPPORTUNITIES – Young people’s notso risky use of online communication. Information, Communication & Society,12(8), 1174–1196. Retrieved from http://www.informaworld.com/10.108013691180902769873/

Howard, P. N. &Hussain, M. M. (2011). The upheavals in Egypt and Tunisia: Therole of digital media. Journal of Democracy, 22(3), 35–48. Retrieved from http://www.journalofdemocracy.org/upheavals–egypt–and–tunisia–role–digital–media

Hudson, L. (2013). Shame with Caution: Mad at some Jerk? Think Twice BeforeSending that Tweet. Wired. Retrieved from http://www.wired.com/underwire/201307//ap_argshaming/

Hughes, S. A. (2011, 4 August). Undetweetable Archives Deleted Tweets,Gets Warning from Twitter (Update). Retrieved 3 April 2013, from http://www.washingtonpost.com/blogs/blogpost/post/undetweetable–archivesdeleted–tweets–gets–warning–from–twitter/201104/08//gIQAlqlBuI_blog.html

Illouz, E. (2007). Cold intimacies: The making of emotional capitalism. Cambridge:Polity.

Indiana University Information Technology Services. (2006, 11 May 2005).In Unix, How Do I Make Plan and Project Files That Will Show Up when People Finger My Account? Retrieved 9 April 2006, from http://kb.iu.edu/data/ afky.html

Information Commissioner's Office.(2011). Quick Guide to the Employment Practices Code. Retrieved from http://www.ico.org.uk/for_organisations/data_ protection/topic_guides/employment

Intersperience. (2011, 23 May). PRESS RELEASE: Twenty–Somethings Top Online Friends' League Table. Retrieved 18 August 2012, from http://www.intersperience.com/news_more.asp?news_id=34&current_id=1

Jagatic, T. N., Johnson, N. A., Jakobsson, M. & Menczer, F. (2007). Social phishing.Communications of the ACM, 50(10), 94–100. Retrieved from http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1290958.1290968

Jansen, B. J. & Spink, A. (2006). How are we searching the World Wide Web? A comparison of nine search engine transaction logs. Information Processing & Management, 42(1), 248–263. Retrieved from http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306457304001396

Jarvis, J. (2011). Public parts: How sharing in the digital age improves the way we workand live. New York: Simon & Schuster.

Jogin, T. (2003, 15 July 2003). Winer Watcher. Retrieved 12 October 2008, from http://jogin.com/weblog/archives/200315/07//winer_watcher

John, N. A. (2013). Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword. NewMedia & Society, 15(2), 167–182. doi: 10.11771461444812450684/.

Jourard, S. M. & Lasakow, P. (1958). Some factors in self–disclosure. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 56(1), 91–98. doi: 10.1037/h0043357.

Julius, A. (2003). T.S. Eliot, anti–Semitism and literary form (Rev. edn.). London: Thames & Hudson.

Kaplan Test Prep (2013, 31 October). Facebook Checking is No Longer Unchartered Territory in College Admissions: Percentage of Admissions Officers Who Visited an Applicant's Profile on the Rise. Retrieved 2 February 2014, from http://press.kaptest.com/press–releases/ kaplan–

test–prep–survey–more–college–admissions–officers–checking–applicantsdigital–trails–but–most–students–unconcerned

Karat, C.–M., Halverson, C., Horn, D. & Karat, J. (1999).Patterns of Entry and Correction in Large Vocabulary Continuous Speech Recognition Systems. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems, Pittsburgh, PA, USA.

Katz, J. E. & Rice, R. E. (2002).Social consequences of internet use. Cambridge, MA: MIT Press.

Katz, M. L. & Shapiro, C. (1985).Network externalities, competition, and compatibility.The American Economic Review, 75(3), 424–440. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/1814809

Kendall, L. (2007). Shout into the wind, and it shouts back: Identity and interactional tensions on LiveJournal. First Monday, 12(9). Retrieved from http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/20041879/

Kessler, S. (2013, 12 September). Meet Your Future Memory Aid: The Internet. Retrieved 15 December 2013, from http://www.salon.com/201312/09//meet_your_future_memory_the_internet_newscred/

Kiesler, S. B. (1997). Culture of the internet. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Killoran, J. B. (2002). Homepage, Homebound: Web Log, We Blog: Web Genres for Personal Civic (Dis–)Engagement. Paper presented at the Rhetoric Society of America, Las Vegas. Retrieved from http://myweb.brooklyn.liu.edu/jkillora/research/2002rsa.html

Kinder, L. (2013, 10 September). Twitter gaffes: The embarrassing, the shameful and the stupid. The Daily Telegraph. Retrieved from http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/bbc/10298777/Twitter–gaffes–the–embarrassing–theshameful–and–the–stupid.html

King, S. A. (1996). Researching internet communities: Proposed ethical guidelines for the reporting of results.The Information Society, 12(2), 119–128. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1080713856145/

Kirkpatrick, D. (2010). The Facebook effect: The inside story of the company that is connecting the world (1st Simon & Schuster hardcover edn.). New York: Simon & Schuster.

Kitzmann, A. (2003). That different place: Documenting the self within onlineenvironments. Biography–an Interdisciplinary Quarterly, 26(1), 48–65.

Knowles, J. (2012, 9 December). Why 2013 Will Be the Year of the Internet of Things. Retrieved 31 December 2013, from http://thenextweb.com/insider/201209/12//the–future–of–the–internet–of–things/

Kosinski, M., Stillwell, D. & Graepel, T. (2013). Private Traits and Attributes Are Predictable from Digital Records of Human Behavior. Proceedings of the National Academy of Sciences.doi: 10.1073/pnas.1218772110.

Kotenko, J. (2013, 24 August). Want to Get Fired? Apparently these People Publicly Using the #ihatemyjobHashtag Do. Retrieved 20September 2013, from http://www.digitaltrends.com/social–media/these–people–are–totally–getting–fired–for–being–social–media–idiots/

Kowalski, R. M., Limber, S. & Agatston, P. W. (2008).Cyber bullying: Bullying in the digital age. Oxford: Blackwell.

Kowalski, R. M. & Limber, S. P. (2007).Electronic bullying among middle school students.Journal of Adolescent Health, 41(6, Supplement), S22–S30. doi: 10.1016/j.jadohealth.2007.08.017.

Krasnova, H., Veltri, N. F. & Gunther, O. (2012). Self–disclosure and privacy calculus on social networking sites: The role of culture. Business & Information Systems Engineering, 4(3), 127–135.doi: 10.1007/s125996–0216–012–.

Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T. & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? Paper presented at the Wirtschaftsinformatik, Universitat Leipzig. Retrieved from http://www.wi2013.de/proceedings/WI2013–Track 11–Krasnova.pdf

Kruger, J., Epley, N., Parker, J. & Ng, Z. (2005). Egocentrism over e–email: Can we communicate as well as we think? Journal of Personality and Social Psychology, 89(6), 925–936. doi: 10.10373514.89.6.925–0022/.

Lally, E. (2002). At home with computers. Basingstoke: Berg.

Langer, E. J., Blank, A. & Chanowitz, B. (1978). The mindlessness of ostensibly thoughtful action: The role of 'placebic' information in interpersonal interaction. Journal of Personality and Social Psychology, 36(6), 635–642. doi:10.10373514.36.6.635–0022/.

Lash, S. & Friedman, J. (1991). Modernity and identity. Oxford; Cambridge, MA:Blackwell.

Lenhart, A. (2006). Unstable Text: An Ethnographic Look at How Bloggers and Their Audience Negotiate Self–Presentation, Authenticity and Norm Formation. Master of Arts in Communication, Culture and Technology, Georgetown University, Washington, DC. Retrieved from http://lenhart.flashesofpanic.com/Lenhart_thesis.pdf

Lenhart, A. & Fox, S. (2006). Bloggers: A Portrait of the Internet's New Storytellers. Retrieved from http://www.pewinternet.org/Reports/2006/Bloggers.aspx

Lessig, L. (2006a). Code: And other laws of cyberspace, version 2.0 (2nd edn.).New York: Basic Books (The Perseus Books Group). Retrieved from http://codev2.cc/

Lessig, L. (2006b). What things regulate. In L. Lessig (ed.), Code: And other laws of cyberspace: Version 2.0 (Rev. edn., pp. 120–137).Basic Books (The Perseus Books Group). Retrieved from http://codev2.cc/

Lie, M. & Sorensen, K. H. (1996). Making technology our own?: Domesticatingtechnology into everyday life. In M. Lie & K. H. Sorensen (eds.), Making technologyour own?: Domesticating technology into everyday life (pp. 1–30). Oslo; Boston:Scandinavian University Press.

Litt, E. &Birnholtz, J. (2014, 7 January). [Statistics on intentionality from your'Awkward Encounters of an «other» kind' study].

Litt, E., Spottswood, E., Birnholtz, J., Hancock, J., Smith, M. E. & Reynolds, L. (2014). Awkward Encounters of an 'Other' Kind: Collective Self–Presentation and Face Threat on Facebook. Paper presented at the CSCW,Baltimore, MD. Retrieved from http://socialmedia.northwestern.edu/files/201310//AwkwardFacebookPhotoReadyVersion1.pdf

LiveJournal (2007, 10 May). How Do I Delete/Undelete My Journal or Community?Retrieved 9 November 2008, from http://www.livejournal.com/support/faqbrowse.bml?faqid=16

LiveJournal (2008, 24 June). How Do I Make all My Journal Entries Friends–Only, Private, or Public? Retrieved 6 August 2008, from http://www.livejournal.com/support/faqbrowse.bml?faqid=120&q=edit+journal+privacy&lang=

Livingstone, S. (2003). The Changing Nature and Uses of Media Literacy.Retrieved from http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/mediaWorkingPapers/ewpNumber4.htm

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful contentcreation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacyand self–expression.New Media & Society, 10(3), 393–411. doi:10.1177146144480808941 5/. Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/27072/

Livingstone, S. & Brake, D. R. (2009).On the rapid rise of social networkingsites: New findings and policy implications.Children and Society, 24(1), 75–83.doi: 10.1111/j.10990860.2009.00243–.x Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/30124/

Livingstone, S., Haddon, L., Gorzig, A. &Olafsson, K. (2011a). Risks and Safetyon the Internet: The Perspective of European Children: Full Findings. Retrievedfrom http://www.eukidsonline.net/

Livingstone, S. & Hargrave, A. M. (2006).Harm and offence in media content: A review of the evidence. Bristol: Intellect.

Livingstone, S. & Helsper, E. J. (2010).Balancing opportunities and risks inteenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self–efficacy. New Media & Society, 12(2), 309–329.

Livingstone, S., Olafsson, K. & Staksrud, E. (2011). Social Networking, Age and Privacy. EU Kids Online, Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/35849/.

Lloyds TSB (n.d.). Social Media and Identity Theft. Retrieved 24 June 2013, fromhttp://www.lloydstsb.com/help–guidance/security/social–networking.asp

Lu, Y.–H.(2005). Privacy and data privacy issues in contemporary China. Ethicsand Information Technology, 7(1), 7–15. doi: 10.1007/s10676–0456––005y.

Ludwig, S. (2013, 9 August). Yikes: This New App Saves Snapchats without Letting the Sender Know. Retrieved 15 August 2013, from http://venturebeat.com/201309/08//app–to–save–snapchat–messages/

Lunden, I. (2013, 30 October). Facebook's Mobile Tipping Point: 48% of DailyUsers Are Now Mobile–Only (But No Mention of BlackBerry). Retrieved1 January 2014, from http://techcrunch.com/201330/10//nearly–half–48–ofdaily–users–of–facebook–are–now–mobile–only–says–ceo–zuckerberg/

MacAskill, E. (2007, 14 November). Yahoo forced to apologise to Chinese dissidents over crackdown on journalists. The Guardian. Retrieved from http://www.guardian.co.uk/technology/2007/nov/14/news.yahoo

Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M. & Smith, A. (2013).Teens, Social Media, and Privacy. Retrieved from http://www.pewinternet.org/201321/05//teens–social–media–and–privacy/

Madjeski, M., Johnson, M. & Bellovin, S. M. (2011). The Failure of Online Social Network Privacy Settings. Retrieved from http://mice.cs.columbia.edu/getTechreport.php?techreportID=1459

Magnanti, B. (2009, 15 November). Now I'm Not Anonymous… Retrieved12 January 2010, from http://web.archive.org/web/20110413163220/http://belledejour–uk.blogspot.com/2009_11_01_archive.html

Maple, C., Short, E. & Brown, A. (2011).Cyberstalking in the United Kingdom: An Analysis of the ECHO Pilot Survey. Retrieved from http://www.beds.ac.uk/—data/assets/pdf_file/000383109//ECHO_Pilot_Final.pdf

Maple, C., Short, E., Brown, A., Bryden, C., & Salter, M. (2012). Cyberstalkingin the UK: Analysis and recommendations. International Journal of DistributedSystems and Technologies, 3(4), 3451–. doi: 10.4018/jdst.2012100104.

Margolis, Z. (2009, 15 November 2009). Sexblogger's Tale: How My LifeChanged Forever. Retrieved 12 January 2010, from http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2009/nov/15/sex–blog–zoe–margolis

Markoff, J. (2002, 9 November). Pentagon plans a computer system that wouldpeek at personal data of Americans. New York Times. Retrieved from http://www.nytimes.com/200209/11//politics/09COMP.html

Marvin, C. (1988). When old technologies were new: Thinking about electric communicationin the late nineteenth century. New York: Oxford University Press.

Marwick, A. E. (2008). To catch a predator? The MySpace moral panic. First Monday,13(6). Retrieved from http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/21521966/

Marwick, A. (2013). Status update: Celebrity, publicity, and branding in the socialmedia age. New Haven, CT: Yale University Press.

Marwick, A. &boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitterusers, context collapse, and the imagined audience. New Media & Society, 13(1) doi: 10.11771461444810365313/.

Marwick, A. E., Murgia–Diaz, D. & Palfrey, J. G., Jr. (2010).Youth, Privacy andReputation (Literature Review). Retrieved from http://ssrn.com/paper=1588163

Mayer–Schnberger, V. (2009).Delete: The virtue of forgetting in the digital age.Princeton, NJ: Princeton University Press.

McCown, F., Diawara, N. & Nelson, M. L. (2007).Factors Affecting Website Reconstruction from the Web Infrastructure. Paper presented at the Proceedings ofthe 7th ACM/IEEE–CS joint conference on Digital libraries.

McKenna, K. Y. A. &Bargh, J. A. (1998).Coming out in the age of the Internet: Identity ‘de–marginalization’ from virtual group participation. Journal of Personality and Social Psychology, 75, 681–694.

McKeon, M. (2010, 19 May). The Evolution of Privacy on Facebook. Retrieved27 April 2014, from http://mattmckeon.com/facebook–privacy/

Mehrabian, A. (1977). Nonverbal communication. Piscataway, NJ: TransactionPublishers.

Meyrowitz, J. (1985). No sense of place: The impact of electronic media on socialbehavior. Oxford; New York: Oxford University Press.

Microsoft.(2013). Data Privacy Day Privacy Survey 2013. Retrievedfrom http://download.microsoft.com/download/5627–53890306/8/3/C–4EFE– 8E617–FE593B013F0/DPD Privacy Survey 2013 Executive Summary_Final.pdf

Mikhailova, A. (2006, 6 August). By day she worked on Harry Potter. But by night... Sunday Times. Retrieved from http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article601445.ece

Miller, V. (2008).New media, networking and phatic culture. Convergence, 14(4),387–400. doi: 10.11771354856508094659/.

Milne, G. R. & Culnan, M. J. (2004). Strategies for reducing online privacy risks:Why consumers read (or don't read) online privacy notices. Journal of Interactive Marketing, 18(3), 15–29. doi: 10.1002/dir.20009. Retrieved from http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1094996804701085

Mims, C. (2013, 5 December). 2014 Is the Year of the Internet ofThings – No, Seriously, We Mean It This Time. Retrieved 31 December2013, from http://qz.com/1540642014–/is–the–year–of–the–internet–of–thingsno–seriously–we–mean–it–this–time/

Mitchell, K. J., Jones, L. M., Finkelhor, D. &Wolak, J. (2013). Understandingthe decline in unwanted online sexual solicitations for U.S. youth 2000–2010:Findings from three Youth Internet Safety Surveys.Child Abuse & Neglect.doi:10.1016/j.chiabu.2013.07.002. Retrieved from http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0145213413001828

Moira, B., Cameron, M. & Thomas, L. (2009). Feed Me: Motivating NewcomerContribution in Social Network Sites. Paper presented at the Proceedings of theSIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Boston, MA.

Morozov, E. (2011). The net delusion: How not to liberate the World. London: Penguin.

Morozov, E. (2013, 2 December). I Know What Will Cheer You Up: Emotion–detecting Advertising is Coming. Beware. Retrieved 16 December 2013 from http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/201312//emotion_detecting_advertising_regulators_aren_t_ready_for_it.html.

Mortensen, T. (2004). Dialogue in Slow Motion: The Pleasure of Reading and Writing Across the Web. Paper presented at the Blogtalk 2, Vienna. Retrievedfrom http://tilsett.hivolda.no/tm/blogtalk2004.doc

Muise, A., Christofides, E. & Desmarais, S. (2009). More information than youever wanted: Does Facebook bring out the green–eyed monster of jealousy? Cyber Psychology& Behavior, 12(4), 441–444.

myjobgroup.co.uk (2010).Social Media in the Workplace. Retrieved from http://www.myjobgroup.co.uk/socialmediawhitepaper/

Nadkarni, A. & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? Personalityand Individual Differences, 52(3), 243–249. doi: 10.1016/j.paid.2011.11.007.

Nardi, B., Schiano, D. &Gumbrecht, M. (2004). Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? Paper presented at the ACM conference on Computer supported cooperative work, Chicago, IL.

National School Boards Association (2007).Creating & Connecting – Research and Guidelines on Online Social – and Educational – Networking. Retrieved from http://www.nsba.org/

Neumyer, S. (2014, 16 January). Thinstagram.Retrieved 1 February 2014, from https://medium.com/the–magazine/1ed639152e34

Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. American Behavioral Scientist, 45(3), 420–435(416).

Niedzviecki, H. (2009). The peep diaries: How we're learning to love watching ourselves and our neighbors. San Francisco: City Lights Books.

Nielsen BuzzMetrics (2007). A Qualitative Study of Online Discussions About Teen Alcohol & Drug Use. Retrieved from http://www.caron.org/caronresearch–reports/

Nosko, A., Wood, E. & Molema, S. (2010). All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of Facebook. Computers in Human Behavior,26(3), 406–418.

Nussbaum, E. (2004, 11 January). My so–called blog. New York Times Magazine. Retrieved from http://www.nytimes.com/200411/01//magazine/11BLOG.html

Nyst, C. (2013, 27 November). The Five Eyes Fact Sheet. Retrieved 23 April 2014, from https://http://www.privacyinternational.org/blog/the–five–eyes–fact–sheet

Ofcom (2011). Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. Retrieved from http://stakeholders.ofcom.org.uk/market–data–research/medialiteracy–pubs/

Ofcom (2013).The Communications Market 2013. Retrieved from http://stakeholders.ofcom.org.uk/market–data–research/market–data/communications–market–reports/cmr13/

Olson, P. & Tilley, A. (2014, 5 May). The quantified other: Nest and fitbit chase a lucrative side business. Forbes. Retrieved from http://www.forbes.com/sites/parmyolson/201417/04//the–quantified–other–nest–and–fitbit–chasea–lucrative–side–business/

Olweus, D. (2012). Cyberbullying: An overrated phenomenon? European Journal of Developmental Psychology, 9(5), 520–538. Retrieved from10.108017405629.2012.682358/.

Oolo, E. & Siibak, A. (2013). Performing for one's imagined audience: Social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics. Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 7(1). doi: 10.5817/CP20137–1–. Retrieved from http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2013011501&article=7

Opsahl, K. (2010, 28 April). Facebook's Eroding Privacy Policy: A Timeline. Retrieved 27 April 2014, from https://http://www.eff.org/deeplinks/201004// facebook–timeline/

O'Reilly, T. (2006, 10 December). Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. Retrieved 14 September 2012, from http://radar.oreilly.com/200612//web–20–compact–definition–tryi.html

Palfrey, J. & Gasser, U. (2008).Born digital: Understanding the first generation of digital natives. New York: Basic Books.

Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2010). Trends in online social networking: Adolescent use of MySpace over time. New Media & Society, 12(2), 197–216. doi: 10.1177146144480934185 7/. Retrieved from http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/12197/2/

Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2012). Cyberbullying: An update and synthesis of the research. In J. W. Patchin& S. Hinduja (eds.), Cyberbullying prevention and response: Expert perspectives (pp. 13–35). New York: Routledge.

Petersen, J. (1995). Letters from the Dead. Retrieved 11 November 2005, from http://web.archive.org/web/20001025145952/www.awaken.org/trans/let2.html

Pew Internet & American Life Project (2006).Digital Footprints. Retrieved from http://pewinternet.org/Shared–Content/Data–Sets/2006/December –2006–Digital–Footprints.aspx

Pew Internet & American Life Project (n.d.–a). Trend Data (Adults): What Internet Users Do Online. Retrieved from http://pewinternet.org/Trend–Data–(Adults)/ Online–Activites–Total.aspx

Pew Internet & American Life Project (n.d.–b). Trend Data (Adults): Who's Online: Internet User Demographics. Retrieved from http://pewinternet.org/ Trend–Data–(Adults)/Whos–Online.aspx

Pfaffenberger, B. (1996). 'If I want it, it's OK': Usenet and the (outer) limits of free speech. The Information Society, 12(4), 365–386.

Pierce, T. (2004, 16 June). How to Blog. Retrieved 20 September 2010, from http://www.tonypierce.com/blog/200406//how–to–blog–by–tony–pierce– 1101–.htm

Plummer, K. (1996). Symbolic interactionism in the twentieth century: The rise of empirical social theory. In B. S. Turner (ed.), The Blackwell companion to socialtheory (pp. 223–251). Oxford; Cambridge, MA: Blackwell Publishers.

Pool, I. d. S. (1977).The social impact of the telephone. Cambridge, MA; London: M.I.T. Press.

Portwood–Stacer, L. (2013). Media refusal and conspicuous non–consumption: The performative and political dimensions of

Facebook abstention. NewMedia & Society, 15(7), 1041–1057. doi: 10.11771461444812465139/. Retrieved from http://nms.sagepub.com/content/151041/7/.abstract

Postmes, T., Spears, R. & Lea, M. (1998).Breaching or building social boundaries?SIDE–effects of computer–mediated communication. Communication Research, 25, 689–715.

Prensky, M. (2001).Digital natives, digital immigrants.On the Horizon, 9(5),1–2. Retrieved from http://www.marcprensky.com/writing/Prensky – DigitalNatives, Digital Immigrants – Part1.pdf

Press Association (2013a, 27 August). Most Babies Make Facebook Debut Within an Hour of Being Born. Retrieved 2 February 2014, from http://www.huffingtonpost.co.uk/201327/08//baby–photos–facebook–hour–birth_n_3821257.html

Press Association (2013b, 23 August). Nearly one in 10 children gets first mobile phone by age five, says study. The Guardian. Retrieved from http://www.theguardian.com/money/2013/aug/23/children–first–mobile–age–five

Purcell, R., Pathé, M. & Mullen, P. E. (2004). Stalking: Defining and prosecuting a new category of offending. International Journal of Law and Psychiatry,27(2), 157–169. Retrieved from http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S016025270400007X

Reed, A. (2005). 'My blog is me': Texts and persons in UK online journal culture (and anthropology). Ethnos, 70, 220–242.

Rettberg, J. W. (2008). Blogging. Cambridge; Malden, MA: Polity.

Rheingold, H. (2000). The virtual community: Homesteading on the electronic frontier (Rev. edn.). Cambridge, MA: MIT Press. Retrieved from http://www.rheingold.com/vc/book/

Rice, R. E. (1993). Media appropriateness: Using social presence theory to compare traditional and new organizational media. Human Communication Research, 19(4), 451–484.

Rimm, M. (1994).Marketing pornography on the information superhighway: A survey of 917,410 images, descriptions, short stories, and animations downloaded8.5 million times by consumers in over 2000 cities in forty countries, provinces, and territories.Georgetown Law Journal, 83, 1849–1915. Retrieved from http://www.sics.se/~psm/kr9512001–.html

Rose, N. (1999). Governing the soul: The shaping of the private self. London: Routledge.

Rosen, J. (2004, 19 December). Your blog or mine?New York Times Magazine. Retrieved from http://www.nytimes.com/200419/12//magazine/19PHENOM.html?ei=5090&en=0f68277267a43d84&ex=1261198800&partner=rssuserland&pagewanted=all&position=

Rosen, J. (2005). The naked crowd: Reclaiming security and freedom in an anxious age (1st edn.). New York: Random House.

Ruffner, M. & Burgoon, M. (1981).Interpersonal communication. New York: Holt, Rinehart, and Winston.

SalahEldeen, H. M. & Nelson, M. L. (2012). Losing My Revolution: How Many Resources Shared on Social Media have been Lost? Paper presented at the Theory and Practice of Digital Libraries 2012,Paphos, Cyprus. Retrieved from http://www.cs.odu.edu/~mln/pubs/tpdl–2012/tpdl–2012.pdf

Schacter, D. L. (2003). How the mind forgets and remembers: The seven sins of memory. London: Souvenir.

Schwartz, M. (2012). Fire in the Library.Technology Review. Retrieved from http://www.technologyreview.com/article/39317/

Sengupta, S. (2013, 10 April). Facebook Refines Ad Targeting. Retrieved 27 June 2013, from http://bits.blogs.nytimes.com/201310/04//facebookrefines–ad–targeting/?_r=0

Serfaty, V. (2004).The mirror and the veil: An overview of American online diaries and blogs. Amsterdam: Rodopi.

Shah, R. C. &Sandvig, C. (2008). Software defaults as de facto regulation: The case of the wireless internet. Information, Communication & Society, 11(1), 25–46. Retrieved from http://www.informaworld.com/10.10801369118070185836/

Shank, G. (1993).Abductive multiloguing: The semiotic dynamics of navigating the net. The Arachnet Electronic Journal on Virtual Culture, 1(1). Retrieved from http://www.ibiblio.org/pub/academic/communications/papers/ejvc/SHANK.V1N1

Shapiro, C. & Varian, H. R. (1999).Information rules: A strategic guide to the network economy. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Sheridan, L. P. & Grant, T. (2007). Is cyberstalking different? Psychology, Crime &Law, 13(6), 627–640. doi: 10.10801068316070134052 8/.

Shiels, M. (2010, 22 April). Facebook's Bid to Rule the Web as It Goes Social. Retrieved 30 December 2013, from http://news.bbc.co.uk/1/hi/8590306.stm

Short, J., Williams, E. & Christie, B. (1976).The Social Psychology of Telecommunications, Wiley. Retrieved from http://books.google.ca/books?id= Ze63AAAAIAAJ

Siklos, R. (2005, 18 July). News corp. to acquire owner of MySpace.com.The New York Times. Retrieved from http://www.nytimes.com/200518/07//business/18cnd–newscorp.html

Silver, D. (2000). Looking backwards, looking forward: Cyberculture studies 1990–2000. In D. Gauntlett (ed.), Web.studies: Rewiring media studies for the digital age (pp. 19–30). London: Arnold. Retrieved from http://rccs.usfca.edu/intro.asp

Silverstone, R. &Mansell, R. (1996). The politics of information and communication technologies. In R. E. Mansell & R. Silverstone (eds.), Communication bydesign: The politics of information and communication technologies (pp. 213–227). Oxford; New York: Oxford University Press.

Smith, A. (2013). Smartphone Ownership 2013. Retrieved from http://pewinternet.org/Reports/2013/Smartphone–Ownership–2013.aspx

Smith, A. (2014). 6 New Facts about Facebook. Retrieved from http://www.pewresearch.org/fact–tank/20146–/03/02/new–facts–about–facebook/

Solove, D. J. (2008).Understanding privacy. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Sophos (2007). Sophos Facebook ID Probe Shows 41% of Users Happy to Revealall to Potential Identity Thieves. Retrieved from http://www.sophos.com/pressoffice/news/articles/200708//facebook.html

Sorapure, M. (2003). Screening moments, scrolling lives: Diary writing on the web. Biography–an Interdisciplinary Quarterly, 26(1), 1–23.

Spitzberg, B. H. &Cupach, W. R. (2007). The state of the art of stalking: Taking stock of the emerging literature. Aggression and Violent Behavior, 12(1), 64–86.

Sproull, L. & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communications.Management Science, 32(11), 1492–1512. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/2631506

Staksrud, E. (2013). Children in the online world: Risk, regulation and rights. London: Ashgate.

Staksrud, E., Olafsson, K. & Livingstone, S. (2012). Does the use of social networking sites increase children's risk of harm? Computers in Human Behavior.doi: 10.1016/j.chb.2012.05.026.

Steel, E. (2010, 25 October). A web pioneer profiles users by name. The Wall Street Journal. Retrieved from http://online.wsj.com/news/articles/ SB 10001424052702304410504575560243259416072

Stefanone, M. A., Kwon, K. & Lackaff, D. (2011). The value of online friends: Networked resources via social network sites. First Monday, 16(2). Retrieved from http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3314

Steinfield, C., Ellison, N. & Lampe, C. (2008). Social capital, self–esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. Journal of AppliedDevelopmental Psychology, 29(6), 434–445.

Steinfield, C., Ellison, N., Lampe, C. &Vitak, J. (2010). Online Social Network Sites and the Concept of Social Capital. Paper presented at the The Internet Turning 40, Chinese University of Hong Kong. Retrieved from https://Sharing Our Lives Online final draft.docx

Stepanek, M. (2000). Weblining. Bloomberg Businessweek. Retrieved from http://www.businessweek.com/200014_00//b3675027.htm

Stutzman, F., Gross, R. & Acquisti, A. (2012). Silent listeners: The evolution of privacy and disclosure on Facebook. Journal of Privacy and Confidentiality, 4(2), 7–41. Retrieved from http://repository.cmu.edu/jpc/vol4/iss22/

Subrahmanyam, K., Kraut, R. E., Greenfield, P. M. & Gross, E. F. (2000).The impact of home computer use on children's activities and development. FutureChild, 10(2), 123–144.

Sullivan, B. (2012, 6 March). Govt. Agencies, Colleges Demand Applicants'Facebook Passwords. Retrieved 6 March 2012, from http://redtape.msnbc.msn.com/_news/201210585353–/06/03/govt–agencies–colleges–demand–applicants facebook–passwords

Sweney, M. (2013, 20 March). Facebook users risk identity theft, says famous ex–conman. The Guardian. Retrieved from http://www.guardian.co.uk/media/2013/mar/20/facebook–risks–identity–theft–frank–abagnale

Tan, K. (2013, 20 May 2008). Student Pranks, Earthquakes and Internet Manhunts. Retrieved 2 September 2013, from http://shanghaiist.com/200820/05//student_pranks.php

Tate, R. (2008, 13 August). Her Royal Highness of Princeton. Retrieved 20 September 2010, from http://gawker.com/5036818/her–royal–highness–of–princeton

Templeman, R., Korayem, M., Crandall, D. &Kapadiay, A. (2014). PlaceAvoider: Steering First–Person Cameras away from Sensitive Spaces. Paper presented at the NDSS, San Diego, CA. Retrieved from http://www.cs.indiana.edu/ ~kapadia/papers/placeavoider–ndss14.pdf

Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven, CT: Yale University Press.

The Economist (2013).The people's panopticon.The Economist, 27–29. Retrieved from http://www.economist.com/news/briefing/21589863–it–getting–evereasier–record–anything–or–everything–you–see–opens

Thomas, O. (2008, 3 June). Paris Hilton, Lindsay Lohan Private Pics Exposed by Yahoo Hack. Retrieved 3 July 2008, from http://valleywag.com/5012543/parishilton–lindsay–lohan–private–pics–exposed–by–yahoo–hack

Thompson, C. (2008, 7 September). Brave new world of digital intimacy. New York Times Magazine. Retrieved from http://www.nytimes.com/200807/09//magazine/07awareness–t.html

Thompson, J. B. (1995). The media and modernity: A social theory of the media. Cambridge, UK: Polity Press.

Tidwell, L. C. & Walther, J. B. (2002).Computer–mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations getting to know one another a bit at a time. Human Communication Research, 28(3), 317–348. Retrieved from http://www.scopus.com/scopus/inward/record.url? eid=2–s2.00036338851–&partner=40&rel=R4.0.0

Tokc–Wilde, I. (2011, 7 May). Workforce surveillance: Is your boss keeping a private eye on you? The Guardian. Retrieved from http://www.theguardian.com/money/2011/may/07/workforce–surveillance–employer–employee

Tufekci, Z. (2008). Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites.Bulletin of Science, Technology and Society, 28(1), 20–36.

Turkle, S. (1996a). Life on the screen: Identity in the age of the Internet. London: Weidenfeld& Nicolson.

Turkle, S. (1996b). Parallel lives: Working on identity in virtual space. In D. Grodin& T. R. Lindlof (eds.), Constructing the self in a mediated world(pp. 156–175). Thousand Oaks: Sage.

Turkle, S. (2011).Alone together: Why we expect more from technology and less from each other. New York: Basic Books.

Turner, F. (2005). Where the counterculture met the new economy: The WELL and the origins of virtual community. Technology and Culture, 46(July 2005), 485–512.

Turner, F. (2006).From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism. Chicago: University of ChicagoPress.

Turow, J. (2005). Audience construction and culture production: Marketing surveillance in the digital age. The ANNALS of the American Academy of Politicaland Social Science, 597(1), 103–121. Retrieved from http://ann.sagepub.com/ content/597103/1/.abstract

Twitter (n.d.–a). Types of Tweets and Where They Appear. Retrieved 22 September 2013, from https://support.twitter.com/groups/52–connect/topics/211–tweeting/articles/119138–types–of–tweets–and–where–they–appear

Twitter (n.d.–b). Why is My Twitter Profile in Google Search? Retrieved from https://support.twitter.com/articles/15349–why–is–my–twitter–profile–ingoogle– search

Ugander, J., Karrer, B., Backstrom, L. & Marlow, C. (2011). The Anatomy of the Facebook Social Graph. Retrieved from http://arxiv.org/pdf/1111.4503

Ullyot, T. (2013, 14 June). Facebook Releases Data, Including All National SecurityRequests. Retrieved 20 December 2013, from http://newsroom.fb.com/News/ 636/Facebook–Releases–Data–Including–All–National–Security–Requests

Ungoed–Thomas, J. (2009, 15 November). Belle de Jour revealed as research scientist Dr Brooke Magnanti. Sunday Times. Retrieved from http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts_and_entertainment/books/article6917260.ece

USC Annenberg School Center for the Digital Future. (2013). The World Internet Report 2013. Retrieved from http://www.worldinternetproject.net/

Valenzuela, S., Park, N. &Kee, K. F. (2008). Lessons from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students' Social Capital. Paper presented at the 9th International Symposium on Online Journalism, Austin, TX.

vanDeursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M. & Peters, O. (2011). Rethinking Internet skills: The contribution of gender, age, education, Internet experience, and hours online to medium– and content–related Internet skills.Poetics, 39(2), 125–144. doi: 10.1016/j.poetic.2011.02.001. Retrieved from http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X11000106

Van Dijck, J. (2004). Composing the Self: Of Diaries and Lifelogs. fibreculture(3). Retrieved from http://journal.fibreculture.org/issue3/issue3_vandijck.html

Van Dijck, J. (2007). Mediated memories in the digital age. Stanford, CA: Stanford University Press.

vanDijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford; New York: Oxford University Press.

Viegas, F. (2005). Bloggers' expectations of privacy and accountability: An initial survey. Journal of Computer–Mediated Communication, 10(3). doi: 10.1111/j.1083– 6101.2005.tb00260.x.

Villasenor, J. (2011). Recording Everything: Digital Storage as an Enabler of Authoritarian Governments. Retrieved from http://www.brookings.edu/papers/20111214/_digital_storage_villasenor.aspx

Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures.Journal of Broadcasting & Electronic Media, 56(4), 451–470. doi: 10.108008838151.2012.732140/.

Voida, A., Newstetter, W. C. &Mynatt, E. D. (2002). When Conventions Collide: The Tensions of Instant Messaging Attributed. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves, Minneapolis, MN.

Voiskounsky, A. E. (1997). Telelogue conversations.Journal of Computer–Mediated Communication, 2(4).doi: 10.1111/j.10836101.1997–.tb00194.x. Retrieved fromhttp://www3.interscience.wiley.com/journal/120837711/abstract?CRETRY=1&SRETRY=0

Volkenberg, M. v. (2005, 11 July). Dog 'poop' Girl Redux. Retrieved 2 September 2013, from http://populargusts.blogspot.co.uk/200507//dog–poop–girl–redux.html

Walker, J. (2005). Final version of weblog definition.In D. Herman, M. Jahn&M.–L. Ryan (eds.), The Routledge encyclopedia of narrative theory. London: Routledge. Retrieved from http://jilltxt.net/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html

Walther, J. B. (1996). Computer–mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication Research, 23(1), 3–43.

Walther, J. B. &D'Addario, K. P. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer–mediated communication.Social Science ComputerReview, 19(3), 324–347. doi: 10.11770894439301019003070/.

Walther, J. B. & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computermediatedcommunication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (eds.), Handbook of interpersonal communication (3rd edn., pp. 529–563). London: SAGE.

Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S. ؤ.,Westerman, D. & Tong, S. T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals onFacebook: Are we known by the company we keep? Human CommunicationResearch, 34(1), 28–49.

Wandhofer, T., van Eeckhaute, C., Taylor, S. & Fernandez, M. (2012). WeGovAnalysis Tools to Connect Policy Makers with Citizens Online. Paper presented at the tGovernment Workshop 2012 (tGov2012), London. Retrieved from http://eprints.soton.ac.uk/349577/

Wang, Y., Norcie, G., Komanduri, S., Acquisti, A., Leon, P. G. & Cranor, L. F. (2011).'I regretted the minute I pressed share': A Qualitative Study of Regrets on Facebook. Paper presented at the Proceedings of the Seventh Symposium on Usable Privacy and Security, Pittsburgh, PA.

Waskul, D. (1996). Considering the electronic participant: Some polemical observations on the ethics of on–line research.The Information Society, 12(2), 129–140. Retrieved from http://www.informaworld.com/10.1080856142 713/

Waugh, R. (2011). Half of Facebook users 'can't keep up' with site's snooping policies as privacy rules change EIGHT times in two years. The Daily Mail.Retrieved from http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article–2057000/Half–Facebookusers–sites–snooping–policies–site–changes–privacy–rules–EIGHT–times–years.html

Webroot (2009, 24 June). Webroot®Survey Reveals Social Networkers' Risky Behaviors. Retrieved 24 June 2013, from http://www.webroot.com/En_US/pr/ threat–research/corp/survey–reveals–social–networkers–risky–behaviors.html

Weiner, A. (2011, 7 June). Transcript of Weiner's Statement Confessing to Twitter Photo, Past Relationships. Retrieved 22 September 2013, from http://www.nbcnewyork.com/news/local/Weiner–Admits–Confesses–Photo–Twitter–Relationships–123268493.html

Wellman, B., Quan–Hasse, A., Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the Internetincrease, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment.American Behavioral Scientist, 45(3), 436–455(420).

Widyanto, L. & Griffiths, M. (2006).'Internet Addiction': A critical review. International Journal of Mental Health and Addiction, 4(1), 31–51. Retrieved fromhttp://dx.doi.org/10.1007/s114699–9009–006–

Willard, N. E. (2006). Cyberbullying and cyberthreats: Responding to the challenge of online social aggression, threats, and distress. Eugene, OR: Center for Safe andResponsible Internet Use.

Winder, D. (2011, 28 March). Can You Really be Traced from Your IP Address? Retrieved 3 September 2013, from http://www.pcpro.co.uk/features/366349/ can–you–really–be–traced–from–your–ip–address

Winkin, Y. (1988). Erving Goffman: Les Moments etleurshommes. Paris: Minuit.

Winston, B. (1998). Media technology and society: A history: From the telegraph to the internet. London; New York: Routledge.

Wolak, J., Finkelhor, D. & Mitchell, K. (2004). Internet–initiated sex crimes against minors: Implications for prevention based on findings from a national study.Journal of Adolescent Health, 35, 424.e411–424.e420. Retrieved from http:// www.unh.edu/ccrc/pdf/CV71.pdf

Wolak, J., Finkelhor, D., Mitchell, K. J. & Ybarra, M. L. (2008).Online 'predators'and their victims.American Psychologist, 63(2), 111–128. Retrieved from http://www.childcentre.info/projects/internet/dbaFile15685.pdf

Wu, T. (2010).The master switch: The rise and fall of information empires. New York: Alfred A. Knopf.

Ybarra, M. L. & Mitchell, K. J. (2004). Online aggressor/targets, aggressors, andtargets: A comparison of associated youth characteristics. Journal of ChildPsychology and Psychiatry, 45(7), 1308–1316.

Ybarra, M. L., Mitchell, K. J., Finkelhor, D. &Wolak, J. (2007). Internet prevention messages: Targeting the right online behaviors. Archives of Pediatrics &Adolescent Medicine, 161(2), 138–145. doi: 10.1001/archpedi.161.2.138.

YouGov. (2007). What does your NetRep Say About You? A Study of How Your Internet Reputation can Influence Your Career Prospects. Retrieved from http://www.viadeo.com/netrep/

Yu, J. (2008, 13 August). Egotistical Princeton Freshman Wants to Rule the World. Retrieved 12 January 2010, from http://www.ivygateblog.com/200808//egotistical–princeton–freshman–wants–to–rule–the–world/

Zhang, W., Johnson, T. J., Seltzer, T. & Bichard, S. L. (2010). The revolution will be networked: The influence of social networking sites on political attitudes and behavior. Social Science Computer Review, 28(1), 75–92. doi: 10.11770894439309335162/. Retrieved from http://ssc.sagepub.com/cgi/content/abstract/2875/1/

Zickhur, K. (2013). Location–Based Services. Retrieved from http://pewinternet.org/Reports/2013/Location.aspx

عن المؤلف

ديفيد أر. بريك

باحث وصحفي ومحرر وأكاديمي حاصل على درجة الدكتوراه في وسائل الإعلام والتواصل من كلية لندن للاقتصاد. عمل بريك كمحرر ومراسل للعديد من المؤسسات الصحفية المرموقة مثل الموقع الإخباري للبي. بي. سي، ومجلة نيو ساينتيست، كما عمل محاضرًا في مجال الإعلام والصحافة في عدد من المؤسسات الجامعية منها كليات همبر بكندا، وبيدفوردشير، وليستر بالمملكة المتحدة.

تتناول أبحاث بريك ومقالاته أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع، والحاجة إلى منظور جديد للتعامل معها.



تُمثل وسائل التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية تقانية نشأت عن توظيف الإمكانات الهائلة التي وفرتها ثورة الاتصالات وفي القلب منها الإنترنت، وإذا نظرنا -على سبيل المثال- إلى أحد أشهر هذه الوسائل، وهو موقع فيسبوك، فسنجد أنه قد نشأ في عام 2004م ليمثل أداة للتواصل على نطاق محدود خاصة بطلبة بعض الجامعات الأمريكية، ثم بدأ في التوسع حتى زاد عدد مستخدميه عن المليار مستخدم عبر بقاع الأرض كافة.

يناقش هذا الكتاب مجموعة من القضايا المتعلقة بالخصوصية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، إذ يُقرر الواقع أن من حق المجتمع أن يقوم بدوره في حماية خصوصية مستخدمي هذه الوسائل وتوعيتهم بعواقب التخلي عنها.

وفي هذا الإطار يعرض الكتاب مخاطر الكشف عن الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأي المستخدمين عرضة لها؟ وإلى أي مدى يُمكن للاطلاع على المحتوى الذي لم يرد الآخرون إطلاعك عليه أن يُمثل أمرًا مهمًا، إذا ما اعترفنا بوجود الدافع للانغماس في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي؟ وإلى أي مدى يحاول الأفراد الانخراط في سجالات عبر الإنترنت عبر إعادة النشر المتَعَمَّدَة للمحتويات المُشينة، ولِمَ يفعلون ذلك؟ وإلى أي مدى ووفقَ أي ظروف ينزع مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي للتسامح مع المعلومات المُشينة عن الآخرين أو التغاضي عنها؟ وهل تختلف هذه الاتجاهات من فئة عمرية إلى أخرى، أو عبر مراحل الحياة المختلفة؟ وأخيرًا ما المنفعة الحقيقية التي نحققها من المشاركة في هذه الوسائل، وهل يمكن لنا الانسحاب -ببساطة- متى أردنا من المشاركة في هذه الوسائل؟

ما هذا سوى غيض من فيض من الأسئلة الكُبرى التي ستساعد على إنارة سبيلنا لفهم طبيعة التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ديفيد أر. بريك: باحث وصحفي ومحرر وأكاديمي حاصل على درجة الدكتوراه في وسائل الإعلام والتواصل من كلية لندن للاقتصاد، عمل بريك كمحرر ومراسل للعديد من المؤسسات الصحفية المرموقة مثل الموقع الإخباري للبي. بي. سي.، ومجلة نيو ساينتيست، كما عمل محاضرًا في مجال الإعلام والصحافة بعدد من المؤسسات الجامعية منها كليات همبر بكندا، وبيدفوردشاير، وليستر بالمملكة المتحدة، وتتناول أبحاث بريك ومقالاته أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع، والحاجة إلى منظور جديد للتعامل معها.

- الانترنت
- الجوانب الاجتماعية

تواصل معنا
CONTACT US

ISBN: 9786035093194
9 786035 093194